



Masteroppgave

ADM755 Samfunnsendring, organisasjon og ledelse

**Identitet og kunnskapsdeling i den maritime klyngen
på Sunnmøre**

Dan Roger Lid

Totalt antall sider inkludert forsiden: 62

Molde, 09.06.2020



Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.

Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none">• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgskoler i Norge, jf. Universitets- og høgskoleloven §§4-7 og 4-8 og Forskrift om eksamen §§14 og 15.	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiattkontrollert i URKUND, se Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter høgskolens retningslinjer for behandling av saker om fusk	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av kilder og referanser på biblioteket sine nettsider	<input checked="" type="checkbox"/>

Personvern

Personopplysningsloven

Forskningsprosjekt som innebærer behandling av personopplysninger iht.

Personopplysningsloven skal meldes til Norsk senter for forskningsdata, NSD, for vurdering.

Har oppgaven vært vurdert av NSD?

ja nei

- Hvis ja:

Referansenummer: 823731

- Hvis nei:

Jeg/vi erklærer at oppgaven ikke omfattes av Personopplysningsloven:

Helseforskningsloven

Dersom prosjektet faller inn under Helseforskningsloven, skal det også søkes om forhåndsgodkjenning fra Regionale komiteer for medisinsk og helsefaglig forskningsetikk, REK, i din region.

Har oppgaven vært til behandling hos REK?

ja nei

- Hvis ja:

Referansenummer:

Publiseringsavtale

Studiepoeng: 60

Veileder: Ove Bjarnar og Lise L. Halse

Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Åndsverkloven, §2).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage HiM med forfatter(ne)s godkjenning.

Oppgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved Høgskolen i Molde en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja nei

Dato: 9. juni 2020

Forord

Det er ikke en underdrivelse å si at dette semesteret har vært mer enn spesielt. I januar tok jeg til med prosjektet som skulle bli min masteroppgave. Det skulle vise seg å bli en periode fylt med uro, utvendig støy, stengte bibliotek, mennesker i karantene osv. Det har ikke bare vært enkelt, men det har også gitt muligheter til å være mer produktiv. Det er godt mulig at oppgavens funn er farget av at vi i dag står i en krise av uante dimensjoner og et fravær av optimisme samt stor misnøye med politiske redningspakker. Jeg har møtt en maritim klynge med stort fokus på overlevelse og krisehåndtering.

Når det er sagt så har det heller ikke bare vært motgang. Oppgaven har bydd på mange utfordringer, glede, nysgjerrighet, optimisme og engasjement. Jeg har fått muligheten til å diskutere dagsaktuell problematikk med mange ulike mennesker rundt meg.

Jeg er takknemlig for to fine år ved Høgskolen i Molde. Jeg har utvidet min kunnskap og har fått en mye bredere kompetanse innenfor de områdene jeg interesserer meg for, og som danner et grunnlag for min videre karriere.

Med dette vil jeg takke noen av de menneskene rundt meg som har gjort dette mulig. Først og fremst min kjære samboer som har lagt til rette for at jeg har tatt denne studien, min sønn som har gitt meg så utrolig mye glede, og ikke minst mine veiledere, Ove Bjarnar og Lise Lillebrygfjeld Halse. Til sist vil jeg takke alle de andre som har deltatt i denne studien og gjort den til hva den er.

Takk!

Sammendrag

I denne oppgaven vil jeg belyse hvordan mekanismer som identitet og kunnskapsdeling blir påvirket av endringer og omstillinger i den maritime klyngen på Sunnmøre. Gjennom intervju og en grundig analyse vil jeg forsøke å trekke noen koblinger mellom identitet og kunnskapsdeling og hvilke implikasjoner det gir for dette forskningsfeltet.

Dette er temaer som er sentrale i den forskningen som gjøres ved Høgskolen i Molde – Vitenskapelig høgskole i logistikk og som har fått regional, nasjonalt og internasjonal oppmerksomhet

Studiens metodiske tilnærming er utformet som en kvalitativ studie og bygger på semistrukturerte intervjuer med sentrale aktører i den maritime klyngen på Sunnmøre. Studiens empiriske funn vil danne grunnlaget for en diskusjon knyttet til eksisterende teori.

Teorien viser til at identitet henger sammen med evnen til å være innovativ gjennom et sterkt fellesskap. Sterke fellesskap oppstår enklere der det eksisterer en klyngeidentitet. Dette er i tråd med det tidligere forskning har vist, at ved å etablere en klar og distinkt identitet, øker evnen til å innovere.

Studiens overordnede problemstilling er som følger:

Hvordan blir klyngens identitet påvirket av omstillinger, og hvilke effekter vil disse omstillingene ha for kunnskapsdelingen?

Innhold
1.0 Introduksjon	1
Problemstilling	5
2.0 Teoretisk rammeverk.....	6
2.1 Klyngeidentitet.....	6
2.1.1 Identitet i omstillingsprosess.....	9
2.1.2 Identitet og kunnskapsdeling.....	10
2.2 Kunnskapsdeling i klynger.....	12
2.2.1 En globalisert klynge.....	13
2.3 Teoretisk sammendrag	15
3.0 Forskningsmetode	18
3.1 Valg av metode	18
3.2 Casestudie	19
3.3 Intervju som metode.....	20
3.4 utfordringer ved metoden.....	21
3.5 Utvalg.....	22
3.5.1 Validitet.....	23
3.5.2 Reliabilitet.....	24
3.6 Gjennomføring	24
3.7 Etske vurderinger	26
4.0 Casebeskrivelse.....	27
5.0 Empiri og diskusjon	30
5.1 På hvilken måte uttrykker materialet en klyngeidentitet?.....	30
5.2 Påvirker identiteten graden av kunnskapsspredning?	35
5.2.1 Omstillinger i klyngen.....	40
5.2.2 Hva driver frem omstillinger i klyngen?.....	40
5.2.3 Det grønne skiftet.....	40
5.2.4 Finanskriser	41
5.2.5 Oljeprisfall.....	41
5.2.6 Børsriser og Covid-19	41
6.0 Konklusjon.....	46
6.1 Begrensninger	49
7.0 Litteraturliste.....	50
Vedlegg 1	53

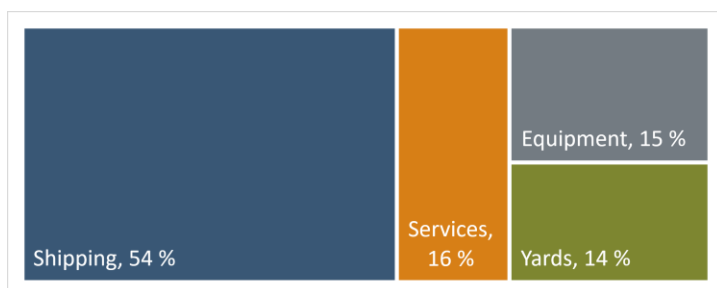
1.0 Introduksjon

Den maritime klyngen på Møre betraktes av mange som en suksesshistorie. Per i dag rommer klyngen hele 18 rederier, 14 verft, 13 skipsdesignere og 170 utstyrsleverandører. Klyngen kan de siste tiårene vise til en sterk vekst i sysselsetting og verdiskapning og omfatter i dag 14500 ansatte, som genererer en omsetning på 59 milliarder kroner. Med en verdiskapning på 15 milliarder kroner fordelt på 70 ulike land, gjør den maritime klynge på Møre til en av verdens ledende klynge innenfor sitt segment (Jacobsen, Aamo et al. 2019). Med dette som utgangspunkt for fremtidens utfordringer, vil klyngen kunne besitte riktig kompetanse til å drive fremtidsrettet utvikling.

I 2014 opplevde vi en nedtur i olje- og gassektoren. Prisene på et oljefat gikk ned fra i overkant av 100 dollar til rundt 40 dollar i 2016. Dette hadde stor påvirkning på den oljeavhengige delen av norsk industri, som omfatter den maritime klyngen. Produksjonen flatet ut mot slutten av 2016, og snudde til en liten vekst i 2017 (Claussen 2019).

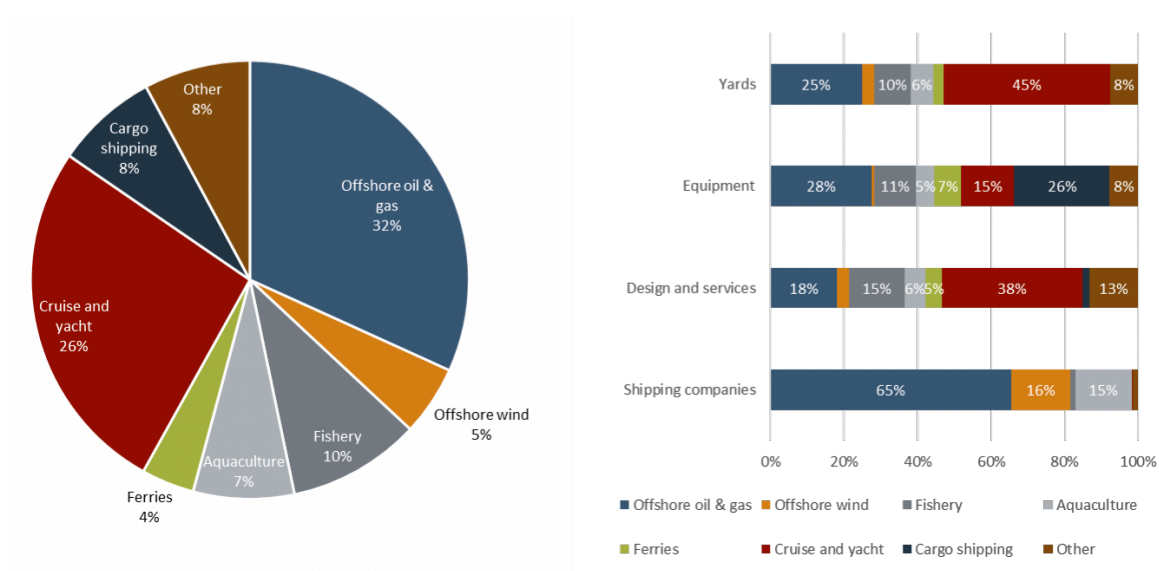
Den maritime klyngen stod ved et veiskille og måtte omstille seg for å kunne fortsette sin verdiskapning. I den årlige rapporten fra Menon Economics 2015 (Menon 2015), snakker Per Erik Dalen om nødvendigheten av å redusere kostnadene, men hevdet at dette ville kunne gi nye muligheter ved at klyngen måtte tenke smartere og være mer innovative (Menon 2015).

Bedriftene i den maritime klyngen kan deles opp i ulike kategorier. Figur 1 viser disse, samt hvor stor andel disse utgjør av den totale omsetningen på 59 mrd kroner, i klyngen. (Mellbye, Jacobsen et al. 2017).



Figur 1. Prosentvis fordeling av segmenter i den maritime klyngen 2017 (Mellbye, Jacobsen et al. 2017)

Den nyeste av Menons rapporter fra 2019 viser en tydelig endring i de ulike segmentene. Virkningen av oljeprisens fall i 2014 kommer tydelig frem i diagrammet vist i figur 2. Flere segmenter er blitt tilført til forskjell fra figur 1 og viser fordelingen av de ulike segmentene. Bedriftene har måtte omstille seg, og satsningsområder skapes som et resultat av omstillingene. Det er ikke lenger snakk om å kun produsere og operere spesialiserte offshorefartøy til olje- og gassindustrien. Bedriftene satser i økende grad på både tradisjonelle (fiskeri) og nye markedssegmenter som på akvakultur, ferge, vindkraft, og ikke minst på cruise og yacht. For en maritim klynge som de senere år har vært spesialisert innenfor offshoreindustrien, representerer dette nye markeder med krav til ny kompetanse.



Figur 2 Prosentvis fordeling av segmenter og markeder i den maritime klyngen 2019 (Jacobsen, Aamo et al. 2019)

Cruise og yacht er segmentet som har hatt størst økning, med hele 18% siden 2017/2018. Dette viser en tydelig omstilling innad i den maritime klyngen.

Aktørene i klyngen har klare formeninger om hvilke segmenter som har størst potensiale. Kan det tenkes at de ulike segmentene bidrar til en fragmentering hvor verdikjeder brytes opp og det oppstår nye samarbeid, og hvordan vil dette eventuelt påvirke identiteten i klyngen? Næringsklynger består av geografisk nære, sammenkoblede bedrifter og institusjoner som både konkurrerer og samarbeider (Porter 1998). Innenfor et begrenset

geografisk område, vil medlemmene av klyngen ofte møtes ansikt til ansikt og dele kunnskap. Kunnskapsoverføring skjer gjennom interaksjon på ulike plan. Mye kunnskap overføres gjennom samhandling i verdikjeden (vertikale relasjoner som kontrakter, leveranser). Men klyngemekanismene styrkes også når aktørene deler kunnskap i uformelle relasjoner (horisontale relasjoner) (Asheim 2000, Asheim and Gertler 2005). Tett samhandling på ulike plan bunner også i en felles kultur (Bell, Tracey et al. 2009, Halse 2014). Innenfor en regional klynge vil det ofte utvikles felles verdier og normer som bidrar til å utvikle samspillet mellom de ulike aktørene (Amdam and Bjarnar 2015). I den maritime klyngen har medlemmene over en lang historisk epoke dannet en felles identitet signalisert gjennom at de tilskriver hverandre sosialt likeverd, samarbeidsvilje og entreprenørskap (Amdam, Lunnan, Bjarnar and Halse, forthcoming 2020).

Det er derfor grunn til å anta at det er en nær og gjensidig sammenheng mellom identitet og kunnskapsdeling i den maritime klyngen. Identitet fastholder tradisjoner for deling av kunnskap. Sosialt likeverd, samarbeidsvilje og entreprenørskap gjør at nye ideer og kunnskap kan flyte friere i og mellom aktører og segmenter enn i en mer hierarkisk struktur, og det reflekteres helt ned på bedriftsnivå ved at innovative ideer lettere kan spres på tvers av organisatoriske funksjoner fordi det er forholdsvis liten avstand mellom arbeid og kapital (Bjarnar, Gammelsæter et al. 2004). Identitet kan dermed ha særlig stor betydning for deling av kontekstuell og kompleks kunnskap innenfor en geografisk konsentrert næringsvirksomhet og verdikjede. Ofte dreier det seg om utveksling av et betydelig innhold av erfaringsbasert eller taus kunnskap, som er nødvendig for stadig utvikling av komplekse teknologier som også er sosialt og kulturelt forankret i en historisk etablert produksjonsmåte (Halse and Bjarnar 2014). Dette krever at aktørene investerer langsiktig i hverandre.

Både strukturelle omstillinger og globalisering kan i teorien utfordre den antatt nære og nærmest kausale sammenhengen mellom identitet og kunnskapsdeling. Når verdikjeden blir geografisk distribuert og globalisert kan det medføre mer fragmenterte og parallelle regionale og globale kunnskapsnettverk (Bjarnar 2010). Globalisering gir utfordringer med å etablere en produksjonsmåte som er basert på fleksibel spesialisering og skreddersøm til krav om standardisering av produkter for et massemarked, som gjerne følger med en slik omstilling (Halse and Bjarnar 2014). Store strukturelle omstillinger kan virke i samme retning i og med at de kan kreve en ny kunnskapsbase og nye former for samhandling med

kunder og leverandører som ikke har en territoriell og kulturell forankring(Halse 2014). Identitet, kultur og geografi hører nærmest organisk sammen, og hvis den kulturelle og geografiske dimensjonen endrer seg kan vi teoretisk forvente at det kausale båndet mellom identitet og kunnskapsdeling svekkes.

Nyere studier har blant annet vist at identitet får mindre betydning som grunnlag for internasjonalisering av bedrifter når de over tid vinner erfaring med globalisering (Amdam, Halse et al. 2020). På den annen side peker forskere på viktigheten av en distinkt identitet i en klynge for å kunne konkurrere i et globalt marked (Staber 2010). Staber (2010) hevder også at klynger med en godt utviklet og tydelig identitet er bedre rustet for å innovere, og har et konkurransefortrinn over andre klynger som mangler en tydelig identitet. Men generelt kan vi si at sett bort fra et fåtall nye publikasjoner er samspillet mellom identitet og kunnskapsdeling verken teoretisert eller analysert empirisk i klyngelitteraturen. Mens denne typen problemstillinger er mer utviklet i studier av internasjonal business (se Amdam et al 2020 for et oversyn), er dette et betydelig gap i klyngelitteraturen.

I denne studien skal vi se nærmere på om det finnes en felles identitet, og eventuelt hvordan ulike aktører i klyngen definerer denne identiteten og tillegger den betydning for deres virksomhet. I denne studien ønsker jeg å belyse hvordan klyngens identitet påvirker kunnskapsdelingen innad i klyngen i en periode hvor klyngens medlemmer opplever store omstillinger. Med omstillinger menes de strategiske endringene som klyngen har måtte gjøre for å fortsatt kunne være fremst i verden med sin ekspertise – nemlig maritime operasjoner.

Problemstilling

I denne undersøkelsen vil jeg ta utgangspunkt i det forskningsgapet som antydes ovenfor, og stille den overordnede problemstillingen:

Hvordan blir klyngens identitet påvirket av omstillinger, og hvilke effekter vil disse omstillingene ha for kunnskapsdelingen?

Klyngens identitet sier noe om forståelsen for «hvem vi er» og hvordan verden utenfor ser på klyngen. Det er ikke gitt at denne identiteten er basert på gjennomtenkte strategiske valg, og vil derfor være opp til forsker å beskrive denne identiteten gjennom intervju med ulike respondenter.

Videre kan problemstillingen deles opp til følgende delproblemstillinger:

- 1. Hvordan uttrykker aktørene at det finnes det en felles identitet innad i klyngen og hvilken rolle mener de denne identiteten har for deling av kunnskap i et maritimt miljø i endring?*
- 2. Hvilke endringer/omstillinger ser vi i den maritime klyngen på Sunnmøre, og hva er konsekvensen av dette for identitet og kunnskapsdeling?*

Identitet har blitt operasjonalisert gjennom å søke kunnskap om hvordan de ulike respondentene omtaler seg selv, om hvem de er og hvordan de mener at verden rundt ser på dem. Kunnskapsdeling er basert på deres opplevelse av hvordan kunnskap blir distribuert i klyngen og hvilken grad kunnskap er en tilgjengelig ressurs for klyngen.

2.0 Teoretisk rammeverk

2.1 Klyngeidentitet

For at klynger skal kunne tilpasse seg til en intens, global konkurranse, og samtidig få et fotfeste innenfor eksterne ressurser, er identitet svært viktig. Klynger med en sterk identitet vil være sterkere og mer innovative enn klynger som mangler en klar identitet (Staber 2010). En sterk identitet fordrer en felles visjon, et felles sett av normer som skaper en felles tilhørighet blant aktørene. Ved en slik samhandling, vil også evnen til å innovere øke på grunn av denne samhandlingen.

Klyngeidentitet kan forstås som en felles forståelse av de grunnleggende industrielle, teknologiske, sosiale og institusjonelle egenskapene ved klyngen og tar for seg spørsmål som «hvem er vi» og «hvordan fremstår vi for omverden» (Staber and Sautter 2011). Individene innenfor et geografisk område deler en felles historie, et språk, kultur, verdier og normer, som er selvforsterkende for klyngeidentiteten (Amdam, Halse et al. 2020).

Hvorfor er identitet så viktig? Siden 1990-tallet har den maritime klyngen på Sunnmøre blitt mer internasjonalsert, både gjennom at multinasjonale selskaper har investert i norske selskaper, men også at norske aktører har vendt seg mer mot selskaper i utlandet (Amdam et al. 2020). Videre skriver Amdam et al. (2020) at forskning har funnet positive effekter av å være medlem av en klynge hva gjelder internasjonalisering og tilgang på samarbeid og ressurser. En annen viktig faktor for å studere klyngeidentitet, er for å se hvordan denne identiteten blir påvirket i krisetider, som for eksempel oljekriser eller der vi er i dag, koronakrisen. Hvordan aktører oppfatter seg selv som en del av en klynge, og i hvilken grad de identifiserer seg med denne, handler om i hvilken grad det eksisterer en klyngeidentitet. En klar klyngeidentitet kan påvirke deres evne til å realisere eksterne stordriftsfordeler. Tilhørighet til et fellesskap kan bidra til økt åpenhet, tillit, kunnskapsutveksling, ressursdeling og samarbeid. Dette kan igjen føre til økt grad av sosial kapital i klyngen (Jacobsen 2008), men evnen til å skape stordriftsfordeler som følge av en klar klyngeidentitet er ifølge Staber (2010) ikke lenger en enstemmig oppfatning blant forskere. Sosial interaksjon kan styrke klyngens identitet gjennom samarbeid og en

felles prestasjon. Kollektiv identitet kan oppstå selv om det ikke foreligger en fysisk sosial interaksjon mellom aktørene. I en digital verden finnes det muligheter for å samhandle i et digitalt rom eller gjennom lignende kanaler, som kan gi en form for sosial interaksjon. Det er lite empiriske bevis som støtter det argument om at identifisering er *alltid* sterkere i klynger som er bundet sammen gjennom tette sosiale nettverk, i forhold til klynger som ikke har dette tette sosiale nettverket (Staber 2010). I hvilken grad en sterk identitet oppstår, er ikke bare på grunn av sosial samhandling, men gjennom en miks av ulike forutsetninger. Dette kan være f.eks. språk, historie, verdier, normer, holdninger etc. Tette sosiale nettverk er bare én av flere faktorer som kan påvirke i hvilken grad en klynge er sterk eller ikke.

I Amdam et al (2020) trekker de frem fire ulike identitetstyper som kan beskrive en fortelling om en klynges identitet, alt etter hvor disse er i en modningsfase. *Egalitære* klynger beskriver en identitet hvor alle er likestilte og stolthet står som en pilar. Kunnskap flyter i og mellom segmenter og aktører. *Samarbeidende* klynger handler om å konkurrere når de må og samarbeide når de kan. Samarbeid om kunnskap er best. *Entreprenørskap* beskriver en risikovilje og kunnskap om det legitime i å ta risiko, og *omstillingsdyktighet eller motstandsdyktighet* beskriver en tilstand hvor å gi opp ikke er et alternativ og at motgang gir økt styrke til å fortsette. En felles kunnskapsbase danner grunnlaget for hvor omstillingsdyktig klyngen er. Disse begrepene vil øke forståelsen for de valg som den maritime klyngen gjør, basert på hvor de befinner seg i tidsløpet. Slike identitetskarakteristikker er relativt varige og gir et distinkt bilde av hvordan en identitet kan fremstå (Amdam, Halse et al. 2020).

Klyngeidentitet kan i stor grad forklares ved å se på et kjent begrep som har opptatt sosiologer gjennom mange år; kollektiv identitet. Den klassiske sosiologien har i over et århundre diskutert fremveksten av en kollektiv identitet og hva som er forestillingen om en slik identitet. Dette bygger på kjente teorier fra sosiologer som Emil Durkheim, Max Weber og Karl Marx. Alle med hver sin oppfatning av hva som styrer samfunnet og hvordan vi som individer blir påvirket. Felles for de alle er at de på en eller annen måte tar for seg dette identitetsbegrepet (Meyer 2010).

Kollektiv identitet handler om at man identifiserer seg med en gruppe. Dette kan være en nasjon, et folkeslag, en organisasjon, eller i hensikt med denne studien; en klynge (Ulriksen 2019). Individuer innenfor et gitt geografisk område, deler ofte en felles historie, et språk, kultur, verdier og normer, som igjen danner grunnlaget for en felles identitet. Denne konteksten inkluderer også faktorer som økonomi, historiske markedskrefter som har formet utgangspunktet for samarbeid og hvilke oppfatninger som råder (Amdam, Halse et al. 2020). Innenfor en klynge kan det eksistere flere identiteter, såkalte subidentiteter (Staber and Sautter 2011). Dette er identiteter som oppstår mellom de ulike aktørene, som har et annet sett med regler og normer enn den felles forståelsen innad i klyngen. Ulik teknologi og produktportefølje kan spille en rolle for hvordan en slik subidentitet kan oppstå (Staber and Sautter 2011). Det er ifølge Staber og Sautter (2011) ikke særlig grunn til å tro at klynger er består av bare en identitet.

Det er ingen automatikk i hvordan personer identifiserer seg med klyngen. Selv med en nærhet til klyngens medlemmer, er ikke dette noe som automatisk fordrer til en sterk identitet (Staber 2010). Dette viser at en tilhørighet til klyngen som aktør, ikke nødvendigvis skaper en sterk identitet. Identiteten må være en felles forståelse for hvem man ønsker å være. Kollektiv identitet er ikke bare noe som finnes i det abstrakte og venter på å bli oppdaget. Kollektiv identitet blir konstruert gjennom politiske ledere, intellektuelle skikkelser og andre som påvirker og manipulerer frem en «løsning» for de som søker å finne sin identitet (Paasi 2003).

Gjennom samhandling over tid, dannes det normer og regler på tvers av de ulike aktørene innenfor et geografisk område. Dette danner grunnlaget for hva man anser som riktig og galt innenfor en klynge, som danner en *identitet* innenfor en klynge. Identiteten vil beskrives gjennom ulike spørsmål som: «hvem er vi» og «hva er det som karakteriserer oss som klynge» (Amdam, Halse et al. 2020).

Fra organisasjonsteori kjenner vi til at en organisasjonskultur kan bidra til å øke medarbeidernes identitetsfølelse. Jo klarere verdier en organisasjon har, jo sterkere grad av identitetsfølelse kan man oppnå. Det forpliktende engasjementet overfor de satte mål øker, og kulturen vil skape mening og stabilitet (Kaufmann and Kaufmann 2010).

2.1.1 Identitet i omstillingsprosess

En planlagt endring av organisasjonens identitet handler ikke alltid bare om de mange identitetskravene innad, men det krever også at man endrer de ansattes holdninger. Dette fører til at man går fra en klar ide om hva vi er og hvor vi ønsker å være, til å bli en mer tvetydig ide om hvor vi er på vei, før man ender opp med en ny identitet man kan identifisere seg med. I kriser og omstillingsprosesser vil en stabil klyngeidentitet være særlig viktig med tanke på klyngens kjerneverdier og hvordan å kommunisere disse til omverden (Staber and Sautter 2011). Med stabil klyngeidentitet menes det at aktørene fremviser god samhandling og tydelig struktur. Fordelen ved en stabil klyngeidentitet i kriser er at en viser troverdighet overfor nye og potensielle kunder, samt forsterkende ressurser, som i sin tur kan gi en langsiktig økonomisk suksess (Staber and Sautter 2011).

Identitet og omstillingsprosesser henger nøye sammen. En omstillingsprosess handler om endring, både planlagt og ikke-planlagt. Basert på type endring, vil det være behov for å formulere mål for endringen og en mening. For at omstillingen skal gjennomføres, kreves det en samhandling hvor alle jobber mot det fastsatte målet. Dette er i likhet med etablering av en identitet. Finnes det en klar og bestemt identitet, kan det tenkes at omstillingen vil være enklere å gjennomføre. En klar og definert identitet, som er etablert i en klynge, fremmer evnen til å innovere og være kreativ. Den maritime klyngen på Sunnmøre har en identitet som har gått fra å være industrielle med sterk entreprenørskap (Halse and Bjarnar 2014) til å bli mer internasjonalisert. Presenterte funn i denne oppgaven, kapittel 5, diskuterer denne identiteten og hvordan den har endret seg over tid.

Omstillinger kan påvirke hvordan identiteten i en klynge blir oppfattet. Det er ikke uten risiko at en identitet endres, særlig om denne endringen fører til at eksterne aktører endrer sitt syn på klyngen, i en negativ retning (Staber and Sautter 2011). Staber og Sautter (2011) viser til at ved en omstilling, bør fokuset være å prøve å beholde den overordnede klyngeidentiteten, for så å la de ulike subidentitetene utvikles sammen med omstillingen. Dette kan føre til en varig og stabil identitet hvor subidentitetene følger livssyklusen til klyngen og bidrar til en kontinuitet.

2.1.2 Identitet og kunnskapsdeling

Konkurransefortrinn kjennetegnes ofte ved evnen til å innovere. Det kan forklares ved at i en innovasjonsprosess eksisterer det i stor grad utveksling av kunnskap gjennom idemyldring, diskusjon og at en søker å finne en løsning på et problem. Gjennom denne samhandlingen deles kunnskap, og innovasjon kan finne sted, som kan gi et økt konkurransefortrinn. Kunnskapsdeling, eller kunnskapsoverføring, er sentral i innovasjonsprosesser. Kunnskap finnes i to former, eksplisitt kunnskap og taus kunnskap. Eksplisitt kunnskap er sterkt kodifisert, som i plantegninger, oppskrifter, manualer etc. Taus kunnskap har stor grad av mangel på slike omfattende kodifiseringer (Fagerberg, Mowery et al. 2005). Taus kunnskap er erfaringsbasert og forankret i en forståelse av sammenhenger (Filstad 2010). For deling av taus kunnskap, er det viktig at forståelsen mellom ulike aktører er bygget på et godt utviklet sosialt grunnlag (Halse and Bjarnar 2014).

Tilgangen til kunnskap som fremmer innovasjon er svært viktig for bedrifters innovasjons- og overlevelsessevne. Dette er også en av hovedmotivasjonen for å knytte seg til klynger, eller innovasjonsnettverk. Dette gjelder spesielt for kunnskapsressurser som ikke er så lett å overføre. Et eksempel på dette er taus kunnskap, som nevnt i avsnittet over, som er tett koblet mot til den konteksten den oppstår i, eller geografisk konsentrert kunnskap eller som er utilgjengelig for visse aktører (Underthun, Svare et al. 2018). Videre vises det til at kunnskap spres på ulike måter, og avhenger av hvilket bånd som er mellom de ulike aktørene. Det kan være ulikheter hva gjelder ressurser, eller en historisk ulikhet. Unge, nyetablerte bedrifter kan ofte komme dårlig ut av dette da de ikke deler en felles ressursbase eller en historisk kobling til andre aktører i klyngen. Aktører som har operert i et marked over lengre tid og som har opparbeidet seg et nettverk, blir ofte tildelt en høyere status innad i klyngen og blir en foretrukket samarbeidspartner. Asymmetrisk kunnskapstilgang bidrar til å bremse innovasjonsevnen til en klynge (Underthun, Svare et al. 2018)

En stadig mer globalisert klynge, står overfor flere utfordringer innenfor kunnskapsdeling. Opprettholdelse av kunnskapsdeling er en utfordring i en klyngen som stadig blir mer internasjonalisert, i takt med økende konkurranse fra andre markeder (Bjarnar 2008).

Globalisering og internasjonalisering skjer ofte som et resultat av å søke etter kunnskap (Amdam, Halse et al. 2020). Kunnskapsdeling kan gi lekkasje, som videre kan gjøre at man som klynge mister konkurransefortrinn (Hervik, Aslesen et al. 2005). I artikkelen til Hervik, Aslesen et al. (2005) viser de til faren for lekkasje av kunnskap ved utbygging av kapasiteten i Asia og Øst-Europa, hvor faren for at det utvikles kompetanse som gjør at i de respektive landene blir konkurransedyktig. Beskyttelse av kunnskap blir viktigere, spesielt da innovative løsninger utvikles i nettverk mellom kunde og leverandører med forventning om eksklusivitet. Globaliseringen har satt press på kunnskapsdelingen i åpne og sosiale nettverk, som har vært tradisjonelt kjent i regionale klynger. Tidligere har det vært en sterk grad av horisontal kunnskapsdeling, og ved en høyere barriere for kunnskapsdeling vil dette kunne påvirke klyngemekanismene (Lervik and Bjarnar 2010).

Kunnskapsdeling er utveksling av eksplisitt og taus kunnskap som er relevant for gruppen, avdelingen, teamet, prosjektet, klyngen og/eller organisasjonen. *Kunnskapsdeling må forankres i regler, prosedyrer, strategier, teknologier, betingelser, paradigmer, kultur og referanser (Filstad 2010 s.129).*

Kunnskapsdeling i klynger kan foregå på ulike måter. Halse og Bjarnar (2014) foreslår å dele kunnskapsdeling i klynger i tre; utbytte deling, utforskende deling og deling i profesjonelle nettverk.

Utbytende deling skjer når aktører i klyngen flytter deler av sin virksomhet til et annet lav-kostland. Denne formen for deling er i all hovedsak basert på effektivitet. Motivet for en utbytende deling er ikke motivert av langsiktige forhold eller å tilegne kunnskap. Utforskende deling oppstår når aktører etablerer en relasjon i andre regioner for å erverve kunnskap. Teknologi må være en underliggende faktor for at det skal kunne oppstå en fordel av en slik kunnskapsdeling. Slike relasjoner mellom aktører oppstår ofte gjennom enten oppkjøp eller avtaler om hvor hensikten er å dele og skape ny kunnskap. Dette er en mer langsiktig strategi og det skaper muligheter for samarbeid i det lange løp. Kunnskap deles også utenfor de ulike selskapene i en klynge. Gjennom livsløpet vil ulike individ danne nettverk med individer verden over. Dette kan være nettverk som har oppstått gjennom arbeid, den sosiale klassen man tilhører eller utdanning. En slik nettverk kan oppstå på bakgrunn av felles verdier, kulturell bakgrunn, normer, studieretning osv. (Halse and Bjarnar 2014).

For en klynge, spiller den regionale konteksten en viktig rolle, hvor felles normer og verdier, gir økt kunnskapsdeling og innovasjon (Halse and Bjarnar 2014). Halse og Bjarnar (2014) viser også til at et nært samarbeid mellom ulike aktører i klyngen, gjerne gjennom ansikt til ansikt hvor deling av kulturell tilhørighet og historie, også fører til deling av kunnskap. Deling av taus kunnskap kan ofte være et resultat av sosial interaksjon (Amdam, Halse et al. 2020), og sosial interaksjon kan oppstå som et resultat av samhandling på bakgrunn av en felles identitet. Den kausale sammenhengen mellom identitet og kunnskapsdeling, da med spesielt fokus på taus kunnskap, oppstår ofte fordi det eksisterer en felles forståelse, eller en identitet, mellom individer eller bedrifter.

2.2 Kunnskapsdeling i klynger

Kunnskapsdeling kan foregå på ulike måter. Man kan dele inn klynger inn i vertikale dimensjoner og horisontale dimensjoner. Den horisontale dimensjonen består av bedrifter som konkurrer om å levere de samme produktene. Den vertikale dimensjonen beskriver bedrifter som er komplementære overfor hverandre og er sammenkoblet gjennom et nettverk av leverandører, service og kunderelasjoner (Bathelt, Malmberg et al. 2004). De bedriftene som befinner seg i den samme horisontale dimensjonen kjennetegnes ofte ved at de ikke nødvendigvis har nær kontakt. Det faktum at de står hverandre geografisk nærme, gjør at de lettere kan finne informasjon om hvordan konkurrenter produserer, og til hvilken kost de produserer, kvalitet på produkt etc. Fordeler med en nærhet til sine konkurrenter bidrar til enklere overvåking. Sterk konkurranse og rivalisering er en viktig incentiv for innovasjon og produktdifferensiering (Bathelt, Malmberg et al. 2004). Videre skriver Bathelt, Malmberg et al. (2004) at jo flere bedrifter i en horisontal dimensjon, jo mer vil dette stimulere til en vekst i de vertikale dimensjonene.

Bathelt et al. (2004) skriver om «local buzz». Dette begrepet tar for seg den mekanismen som skjer innenfor et gitt geografisk område, som for eksempel den maritime klyngen. Lokal buzz oppstår der det er fysisk nærhet og tilfeller av ansikt til ansikt er tilstede og hvor aktører møtes i ulike sammenhenger. I en myriade av treffpunkter er det nærmest umulig for aktører i klyngen å ikke tilegne seg informasjon og kunnskap (Bjarnar 2008). Utveksling av taus kunnskap omfattes som et resultat og en form for «local buzz». Viktigheten av taus, og lokal, kunnskap har økt betydelig for en bedrifts

konkurransefortrinn, som følge av at eksplisitt kunnskap har blitt lett tilgjengelig i et globalisert marked (Halse and Bjarnar 2014). Bjarnar (2008) skriver også om det han omtaler som «pipelines». Dette er informasjonskanaler eller kommunikasjonskanaler mellom aktører på tvers av landegrenser. Her finnes ikke den umiddelbare og fysiske nærheten til sine aktører, og ved hjelp av disse kanalene kan det utveksles kunnskap. Styrken i disse kanalene derimot, avhenger av den sosiale relasjonen og graden av tillit mellom de ulike aktørene.

I den maritime klyngen på Sunnmøre, har skipsdesignere vært sett på som en viktig bærer av kunnskap. Dette begrunnes med deres posisjon og en direkte samhandling med rederi, skipsverft og utstyrsleverandører. Skipsdesignere selger en komplett pakke (Bjarnar 2008). Dette bidrar til at de nevnte aktørene sitter med en betydelig kunnskap. Gjennom ulike kontraktsmøter og diskusjonsforum vil det oppstå deling av kunnskap, og ikke bare eksplisitt kunnskap gjennom tegninger og kontrakter, men også gjennom den løse praten mellom deltakerne. Det deles kunnskap mellom kunde og leverandør, samt de ulike utstyrsleverandørene. Den geografiske nærheten fører til at de kan møtes fysisk, noe som fører til en økt grad av taus kunnskap. Taus kunnskap genereres ikke bare gjennom problemløsning, men også gjennom deling av tidligere erfaringer.

2.2.1 En globalisert klynge

Opprettholdelse av kunnskapsdeling er en utfordring i en klyngen som stadig blir mer internasjonalsert, i takt med økende konkurranse fra andre markeder (Bjarnar 2008). Kunnskapsdeling kan gi lekkasje, som videre kan gjøre at man som klynge mister konkurransefortrinn (Hervik, Aslesen et al. 2005). I artikkelen til Hervik, Aslesen et al. (2005) viser de til faren for lekkasje av kunnskap ved utbygging av kapasiteten i Asia og Øst-Europa, hvor faren for at det utvikles kompetanse som gjør at i de respektive landene blir konkurransedyktig. Beskyttelse av kunnskap blir viktigere, spesielt da innovative løsninger utvikles i nettverk mellom kunde og leverandører med forventning om eksklusivitet. Globaliseringen har satt press på kunnskapsdelingen i åpne og sosiale nettverk, som har vært tradisjonelt kjent i regionale klynger. Tidligere har det vært en sterk grad av horisontal kunnskapsdeling, og ved en høyere barriere for kunnskapsdeling vil dette kunne påvirke klyngemekanismene (Lervik and Bjarnar 2010).

Den maritime klyngen på Sunnmøre tuftet på regional nærhet fra gammelt av. Tett samhandling, høy grad av geografisk nærhet, i tillegg til kulturell og kognitiv nærhet har vært det fundamentale for klyngen. De siste årene har det foregått en stor endring hva gjelder geografisk nærhet. I det moderne og digitale samfunn er vi ikke lenger bundet av denne nærheten. Gjennom en utstrakt bruk av digitale plattformer, gjør det at avstander ikke lenger trenger å være en faktor for tett samhandling. Geografisk nærhet vil likevel være det mest hensiktsmessige med tanke på en sterk identitet. Ser man på de ulike aktørene i den maritime klyngen, finner man store og multinasjonale selskap som for eksempel Vard (Lervik, Amdam et al. 2010). For inntil nylig var også Rolls Royce en del av denne næringen, men etter at Kongsberg kjøpte opp den norske virksomheten til Rolls Royce har vi tatt eierskapet tilbake til Norge.

Videre viser studien til Lervik, Amdam et al. (2010) at denne globaliseringen kan vitalisere dynamikken i den regionale klyngen. Flere av de globale aktørene ønsker å være tilstede i et marked preget av stor innovasjonsevne hvor kunnskapen er i verdensklasse. De globale aktørene bidrar med tung FoU- og markedskompetanse, og lokale aktører innad i klyngen utvider sine nettverk og det kan tenkes at dette kan generere en høyere grad av kunnskapsflyt.

De siste tiårene har man opplevd en stadig mer globalisert bransje. Store deler av produksjonen er flyttet ut av det norske land, til land som produserer til en lavere kost. Dette har ført til en stor nedbygging av norsk produksjonsindustri, særlig innen bransjer som skipsbygging, tekstil, papir- og klesindustri. Det viktigste argumentet for at dette har blitt vanlig praksis, er tilgangen på lavere produksjonskostnader i tillegg til billigere arbeidskraft og råvarer. Produksjonens rolle har blitt endret og vi ser at oppfatningen av produksjonens rolle har blitt endret. Produksjonen har tidligere blitt betraktet som en sterk konkurransefordel, men blir nå i økende grad sett på som en «commodity» (Nujen and Halse 2018).

Den maritime klyngen på Sunnmøre har vært internasjonalt orientert i flere tiår. Dette har bidratt til en kunnskapsoverføring mellom landegrenser. Når man snakker om at klyngen har blitt mer globalisert, betyr dette også at store multinasjonale selskaper etablerer seg i vår region. De ønsker å være tilstede hvor kunnskapsdelingen foregår og høste verdifull erfaring fra en klynge med stor innovasjonskapasitet. De store selskapene har satset tungt

med både FoU- og markedskompetanse (Lervik and Bjarnar 2010). Tilgang på taus kunnskap kan tenkes å være blant de avgjørende faktorene for at de multinasjonale selskapene ønsker å etablere seg lokalt i klyngen.

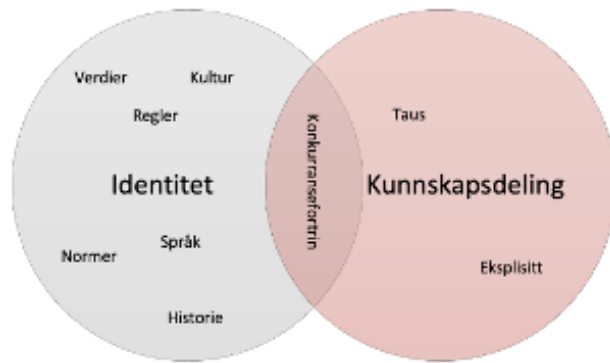
2.3 Teoretisk sammendrag

I dette avsnittet vil jeg oppsummere de viktigste begrepene og hvordan de ulike faktorene henger sammen. Formålet med dette er å skape en sammenheng og en rød tråd gjennom teorien, som danner grunnlag for forståelsen av de funn som blir presentert senere i denne studien.

Klynger som har en distinkt og sterk identitet kan ha et fortrinn overfor klynger som ikke har dette. Dette fortrinnet vil kunne gi økt innovasjon, som ofte er et resultat av en distinkt identitet og stor grad av kunnskapsdeling. En kollektiv identitet handler om å ha en felles forståelse innad i gruppen. Spørsmål som «hvem er vi» og «hva er det som karakteriserer oss» er essensielle å stille for en kartlegging av identitet som faktor. Individuer innenfor et gitt geografisk område deler ofte en felles historie, språk, kultur, verdier og normer. Ut fra dette har man et grunnlag for å etablere en sterk identitet. Det er ingen automatikk i at det vil oppstå en felles identitet, da dette må innarbeides på tvers av verdikjeden.

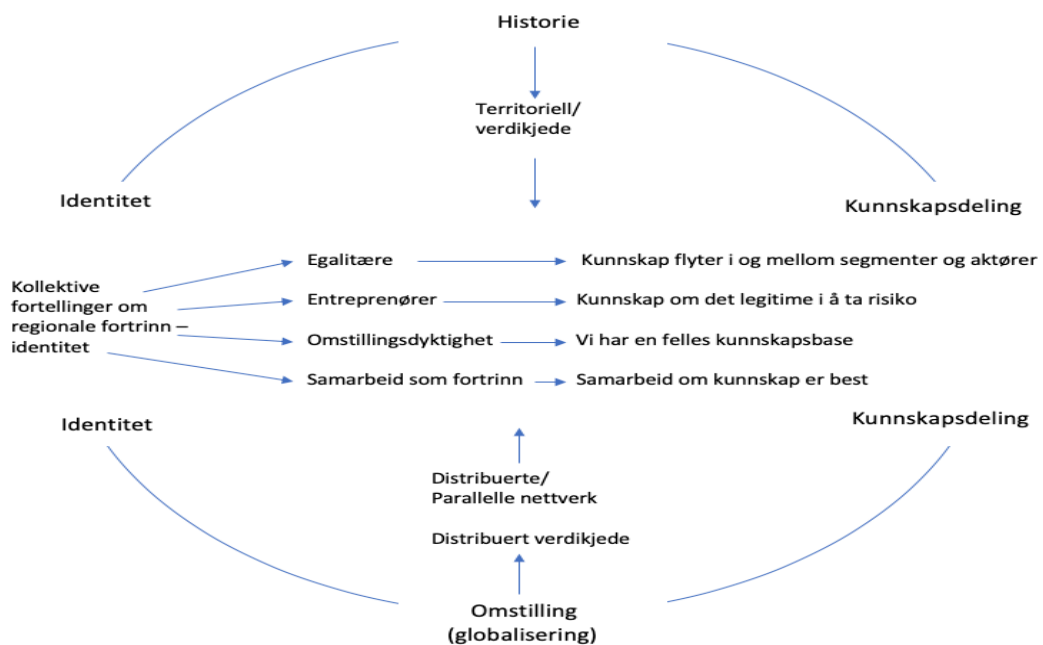
Tidsperspektivet for samhandling i en klynge vil også være en bidragsyter til å danne en kollektiv identitet, eller en klyngeidentitet.

Figuren under viser en forenklet fremstilling av samspillet mellom identitet og kunnskapsdeling. Konkurransefortrinn oppstår som et resultat av koalisjon. Identitet og kunnskapsdeling kan være en bidragsyter til økt konkurransekraft, jamfør tidligere teori.



Figur 3 Samspill mellom identitet og kunnskapsdeling

Den kollektive identiteten innad i en klynge, reflekteres av de ulike aktørene i klyngen. Figuren under illustrerer hvordan identitet og kunnskapsdeling kan operasjonaliseres og hvilke faktorer som fungerer som pådriver av ulike typer identiteter.



Figur 4 Operasjonalisering av relasjoner mellom identitet og kunnskapsdeling i spenningsfeltet mellom historie og globalisering

Kunnskapsdeling vil være enklere i en klynge hvor det råder en felles forståelse av «hvem vi er» og «hvor skal vi». Dette kan begrunnes ved at utveksling av kunnskap skjer på en arena hvor aktører står sammen og føler en tilhørighet. En kollektiv identitet bidrar til større grad av sosial interaksjon, som igjen fører til høyere grad av deling av taus kunnskap. Taus kunnskap deles både bevisst og ubevisst. Den økende globalisering har ført til at kunnskapsnettverk har blitt større og strekker seg over landegrenser. Dette kan virke begrensende på overføringer, spesielt av taus kunnskap. Eksplisitt og kodet kunnskap er omsettelig i en digital verden og ved deltagelse i klyngen vil de ulike aktørene ha tilgang på denne kunnskapen. Eksplisitt kunnskap har blitt lett tilgjengelig gjennom det globale markedet, noe som har ført til at tilgangen på taus kunnskap har blitt vesentlig viktigere. Geografisk nærhet, samhandling over tid, sosial interaksjon er derfor viktige faktorer for deling av taus kunnskap. Omstillinger opptrer oftere i et globalt marked, derfor er det viktig for den maritime klyngen at taus kunnskap blir tilgjengelig for aktørene.

Kunnskapsdeling og klyngeidentitet henger nøye sammen, og vil kunne skape en større læringsarena basert på åpenhet og tillit. Omstillinger er en naturlig del av livssyklusen til alle klynger. Det kan tenkes at et globalt marked er mer sensitiv for endringer, og ved å være en del av et slikt marked vil man oppleve omstillinger hyppigere. Det kan begrunnes med at det er en større flyt av internasjonale aktører som går inn og ut av klyngen, og man er mer sensitiv for endringer i markedet.

3.0 Forskningsmetode

Med utgangspunkt i modellen presentert i det teoretiske sammendraget, vil de operasjonaliserte begrepene være best egnet for en kvalitativ metode. Studien er utført som en casestudie og vil bygge på semistrukturerte intervjuer av sentrale respondenter i den maritime klyngen på Sunnmøre.

Metoden forteller oss hvordan vi bør gå til verks for å generere ny kunnskap eller etterprøve eksisterende kunnskap. Sosiologen Vilhelm Aubert blir sitert i mange sammenhenger der det er spørsmål om hva metode er, og han har formulert det slik:

En metode er en fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener dette formålet, hører med i arsenalet av metoder (Dalland 2014)

En metode, eller en vitenskapelig metode kan beskrives som et sett av retningslinjer som skal sikre at vitenskapelig virksomhet er faglig forsvarlig. Det kan derfor argumenteres for at det er en planmessig fremgangsmåte for å nå et bestemt mål (Grønmo 2004).

3.1 Valg av metode

I denne oppgaven ønsker jeg å benytte meg av en kvalitativ metode for å belyse problemstillingen. Kvalitative undersøkelsesopplegg har en større grad av fleksibilitet til det metodiske opplegget (Grønmo 2004), noe som gir meg som forsker større frihet til å disponere ressurser mest mulig hensiktsmessig. Samtidig får man ved en kvalitativ tilnærming en større nærhet til kildene. Dette styrker forholdet mellom meg som forsker og respondentene og det vil være større grad av tolkning som fører til mer relevans.

3.2 Casestudie

Det finnes ikke noen allment akseptert definisjon av begrepet «casestudier». Kristen Ringdal (2013) henviser til Yin sin definisjon:

Casestudie er en empirisk undersøkelse av et fenomen i sine naturlige omgivelser, der flere datakilder benyttes (Ringdal 2013 s,108)

Casestudier blir brukt i kvalitative undersøkelser, så vel som kvantitative forskningsstrategier. Casestudier blir ofte behandlet sammen med komparativt design, og dette på grunnlag av at de ofte studerer de samme fenomen. Dette kan være individer, familier, organisasjoner eller land. Man forsker med et lite antall analyseenheter. Casestudier er først og fremst brukt i kvalitativ forskning, mens komparativt design ofte er en mer kvantitativ retning innenfor forskningsdesign (Ringdal 2013).

I denne casen vil det bli foretatt intervju av flere ulike aktører innenfor den maritime klyngen. Selv om det trekkes inn ulike elementer og tematikk som omstilling, kunnskapsdeling osv., og dette på tvers av ulike selskaper, vil en casestudie være best egnet. Respondentene danner grunnlaget for det som er primærfokus; den maritime klynge på Sunnmøre. Studien skal forsøke å si noe om hvilke påvirkninger identitet og kunnskapsdeling har å si for klyngen, og basert på dette vil det være hensiktsmessig å intervju flere respondenter fra ulike bedrifter.

Kvalitative undersøkelser genererer i hovedsak tekstdata. Dette kan være feltnotater av en observasjon, eller i mitt tilfelle, transkriberte notater fra intervju. Formålet med denne kodingen av casestudien vil være å avdekke generelle eller typiske mønstre i materialet (Grønmo 2004). Alt av informasjon som er blitt samlet inn må kategoriseres for å lettere kunne få en god oversikt over det aktuelle materialet. Innsamlet informasjon vil bli koblet mot forskerens egne erfaringer og bevissthet rundt tematikken.

3.3 Intervju som metode

Med intervju så ønsker vi å avdekke og forstå verden, sett fra intervjuobjektets side. Målet med et forskningsintervju er å kunne få frem folks erfaring og opplevelse av verden, forut for vitenskapelige forklaringer. Hvordan ulike mennesker fatter bestemmer og valg varierer fra person til person. Vi mennesker bærer på ulik bagasje som er påvirket av våre omgivelser. Vi alle er underlagt ulike diskurser, maktrelasjoner og ideologier og oppfatninger som danner vårt grunnlag for handlingsvalg og forståelse for verden som sådan (Kvale and Brinkmann 2015).

Det kvalitative forskningsintervju søker kvalitativt kunnskap uttrykt i normalt språk. Målet er ikke kvantifisering. Intervjuet sikter mot nyanserte beskrivelser av den intervjuedes livsverden gjennom ord og ikke tall. Presisjonen i beskrivelsen og stringensen i meningsfortolkning i kvalitative intervjuer motsvarer eksaktheten i kvantitative målinger (Kvale og Brinkmann 2015 s.47)

I dette prosjektet er det mest hensiktsmessig å bruke intervju som metode for å samle inn den dataen som passer best for formålet, da det vil være vanskelig å måle aktuelle funn ved andre metoder. Ved intervju kan situasjonen justeres underveis i prosessen om dette skulle være hensiktsmessig. Når det er sagt, finnes det ulike typer av intervju. Det skilles ofte mellom åpne og mer strukturerte intervjuer. Åpne intervju er ofte basert på at intervjuobjektet vil dele av sin erfaring og tanker, men uten at intervjueren har bestemte spørsmål på forhånd. Dette krever mye av begge parter og er derfor svært avhengig av et intervjuobjekt som er åpen og villig til å gi mye informasjon. Strukturerte intervju gir ofte mer forutsigbarhet til begge parter. Blant de mest anvendte metoden for strukturerte intervju, er semistrukturerte intervju. Her vil man benytte seg temaer som er bestemt av forskeren på forhånd (Dalen 2011). I min forskning vil bruk av semistrukturerte intervju være mest hensiktsmessig da dette gir mest forutsigbarhet samt at det er lettere for intervjuobjekt å kunne stille mest mulig forberedt.

Det kan tenkes at gruppeintervju kunne vært et alternativ. Her kunne man samlet flere aktører fra ulike bedrifter til et felles intervju hvor man kunne snakke åpent og fritt. Gode diskusjoner kunne vært et resultat av dette. På den andre siden kan det tenkes at et gruppeintervju ville vært svært lite produktivt med tanke på type informasjon som ble delt.

Siden jeg i denne forskningen er ute å avdekke hva som påvirker identitet og hvordan kunnskapsdeling forløper seg, kan det oppstå situasjoner hvor respondentene ikke vil svare ærlig, eller ikke svarer i det hele tatt. Dette avhenger av forskerens evne til å formulere spørsmål på en hensiktsmessig måte som ivaretar integriteten til respondenten. Tidsbruken for et gruppeintervju ville samlet sett vært mindre, sammenlignet med intervju med en-og-en, men her er det viktig at informasjonen som kommer frem er av god kvalitet. I denne forskningen vil et antall på fem til seks personer bli intervjuet, samt det vil være en innledende intervjurunde i forkant av dette for å teste undersøkelsen. Et pilotintervju vil kunne bli med å forme prosessen og bidra til at riktig spørsmål blir stilt, noe som øker sjansen for at informasjonen oppnår en høyere validitet.

Før man går i gang er det viktig med en godt utarbeidet intervjuguide. En slik intervjuguide skal omfatte sentrale temaer og spørsmål som har til formål å dekke de viktigste områdene en ønsker å belyse. Å utarbeide en intervjuguide er krevende arbeid og krever et godt overblikk over hvilken informasjon man ønsker å innhente. Formuleringen av spørsmålene er noe som krever en stødig hånd og et godt gjennomtenkt tema. Traktprinsippet blir ofte sett på som et effektivt hjelpemiddel når man skal utarbeide en intervjuguide. Traktprinsippet tar til orde for å starte bredt, for så å nærme seg de mer sentrale temaene. Hensikten med en intervjuguide skal fungere som en huskeliste, og ikke noe man skal følge slavisk. Det er viktig å ha i tankene at om intervjuguiden er for detaljert, kan dette bidra til at passive informanter blir i større grad passiv (Repstad 2007).

3.4 utfordringer ved metoden

I alle valg av metoder må man ta hensyn til de ulike utfordringer, knyttet til metoden. Den første utfordringen for dette prosjektet, er å komme i kontakt med de rette individene. Her er det adgang til feltet som vil være avgjørende for hvilke resultater man får. Det er svært mange aktører i den maritime klyngen, som nevnt i innledningen, og dette betyr at sjansen for å treffe de riktige intervjuobjektene er vanskelig. For prosjektet, er det viktig å kunne få intervjuet noen med lederposisjoner, eller annen relevant ansvarsposisjon. Dette for å sikre at den informasjonen som blir innhentet inneholder riktighet og man har da større sannsynlighet for at man treffer personer med en større kunnskap knyttet til problemstillingene.

En annen utfordring man kan møte på er faren for stigmatisering. Den maritime klyngen på Sunnmøre strekker seg over et lite, geografisk område. Personer vil lett kunne identifiseres på bakgrunn av deres svar (Dalen 2011). Respondentens egen hukommelse kan også ha betydning for hvilket svar forskeren får. Dette kan være et problem hvor respondent ikke husker godt nok, eller at man har selektiv hukommelse og har fortrenget deler av virkeligheten. Dette er som regel et større problem jo større tidsforskjellen er mellom intervju tidspunktet og de faktiske forhold som forsker spør om. Respondenten kan farge sine svar basert på ulike situasjoner for å ikke fremstå på en uønsket måte, eller for å fremstille seg selv i et gunstig lys overfor forskeren (Grønmo 2004).

Det er vanskelig for forskeren å oppdage slike problemer under intervjuet. Her er det viktig at forskeren har belyser problem og/eller spørsmål på en måte som gjør det enklere å avdekke slik feiltolkninger. Oppfølgingsspørsmål er et viktig hjelpemiddel for å avdekke feilkilder.

I denne studien har valg av respondenter vært viktig med tanke på relevansen av informasjon. Rederi, verft, utstyrsleverandører etc. kan ha ulik oppfatning av hvordan de opplever eksistensen av klyngeidentitet og grad av kunnskapsdeling. I de ulike segmentene vil kunnskapsdeling kunne forløpe seg ulikt ut fra hvor de er i verdikjeden. I denne studien har det blitt intervjuet aktører som tidligere har vært i klyngen, sentrale aktører, verft, rederier samt utstyrsleverandører. Funnene er et resultat av en helhetlig oppfatning fra respondentene, hvor de har fått spørsmål som de har svart på etter beste evne, basert på kunnskap og erfaring fra den maritime klyngen.

3.5 Utvalg

Det finnes flere ulike metoder for å trekke et utvalg som skal gi forskningen et datagrunnlag å baseres på. I kvalitative studier kan utvelging av enheter ofte bli til underveis i studien (Grønmo 2004). Dette begrunnes i at det ofte kan erverves en annen innsikt etter gjennomført datainnsamling, som igjen genererer behov for mer informasjonsbehov.

I denne studien har forsker benyttet seg av en strategisk utvelging. Utvalget har blitt vurdert og valgt på bakgrunn av eget nettverk, samt gjennom bruk av snøballutvelging. Her oppfordres det til at de ulike aktørene foreslår andre aktører som de mener kan være

av interesse for studien. Dette vil kunne generere et utvalg basert på kjennskap til feltet og samtidig sikre seg et verdifullt utvalg (Grønmo 2004). Det er svært viktig at med klare kriterier for hvem som skal delta i forskningen for å sikre en god datakvalitet. I denne aktuelle studien har utvalget bestått av informanter med svært god kjennskap til den maritime klyngen. Dette er aktører med lang fartstid.

De aller fleste som har stilt som respondenter i denne undersøkelsen, er personer som har ledende roller. Respondentene har innsikt i prosesser og omstillinger som eksisterer i klyngen og de kommer fra ulike deler. De segmenter som er representert er underleverandører, store verft, rederier og supplynæringen, akademikere og inkubatorer. Noen er eiere av bedriften, mens noen er ansatt. Den samlede kompetansen er svært bred og kunnskapen er bredere. Alle informantene har lang fartstid innenfor den maritime klyngen, i tillegg til kompetanse i fra helt andre næringer.

Respondent	Stilling/posisjon	Segment
A	CEO	Cluster
B	Professor	Universitet
C	Eier	Shipping
D	Mellomleder	Utstysleverandør
E	CEO	Utstysleverandør, Verft
F	CEO/Eier	Shipping

-flere av respondentene besitter flere roller i ulike styresammensetninger

-sitat vil ikke bli identifisert med respondent da dette øker muligheten for identifisering med dette antallet respondenter.

Utvalget består av ledere og eiere av ulike selskaper med stor variasjon hva gjelder alder. Ifølge Repstad (2007) bidrar dette til en økt reliabilitet, da målet med en undersøkelse er å få så bredt nedslagsfelt som mulig, for den aktuelle undersøkelsen. At utvalget er minst mulig likt bør være et utgangspunkt, så langt det lar seg gjøre.

3.5.1 Validitet

Validitet sien noe om hvor vidt materialet er gyldig eller ikke. Selv ved høy grad av reliabilitet, vil ikke dette nødvendigvis bety at innsamlet data er treffende eller relevant for det vi har hensikt å studere (Grønmo 2004).

Denne studien er basert på informasjon som er hentet fra strukturerte intervju med flere aktører i den maritime klyngen på Sunnmøre. Til sammen har alle respondentene en stor grad av kunnskap og kompetanse, noe som øker graden av validitet. Respondentene har kunnskap og en bred bakgrunn som skal danne grunnlaget for å kunne svare på denne studiens problemstilling.

3.5.2 Reliabilitet

I hvilken grad man kan stole på studien, avhenger om hvor pålitelig datamaterialet er. Reliabiliteten kan defineres som graden av samsvar mellom ulike innsamlinger av data om samme fenomen basert på samme undersøkelsesopplegg. Når man snakker om reliabilitet, er det vanlig å dele dette inn i to ulike typer; stabilitet og ekvivalens. Stabilitet er graden av samsvar mellom like undersøkelsesopplegg, men som er utført på ulikt tidspunkt. Dette forutsetter at fenomenet som undersøkes er stabilt og ikke endrer seg over tid. Det er høy grad av stabilitet dersom det innsamlede materialet samsvarer mellom to ulike tidspunkt. Ekvivalens er basert på samsvar mellom to like undersøkelsesopplegg, men utført av ulike personer (Grønmo 2004).

Datamaterialet i denne studien er svært reliabelt da respondentene er aktive i den maritime klyngen på Sunnmøre. De har mange års fartstid i næringen og har vært en del av klyngen gjennom svært mange år. Respondentene besitter inngående kjennskap til klyngen og vil kunne gi informasjon som er basert på fortrolighet til forsker og kjennskap til den maritime klyngen. Interesser og posisjon kan påvirke ulike skjevheter i datamaterialet. Respondentene har ulik posisjon og interesser, og derfor kan den innsamlede dataen variere fra respondent til respondent. Dette vil ikke påvirke signifikansen i stor grad ettersom variasjoner vil kunne oppstå med et annet utvalg på et annet tidspunkt.

3.6 Gjennomføring

Gjennom de ulike intervjuene som jeg har gjennomført, har jeg samlet inn data som krever godkjenning fra NSD. Dette var noe som var kjent før prosessen startet, så søknad om tillatelse til å foreta intervjuene var det første som måtte gjøres. Etter godkjenning av denne, startet jeg med en utvelgelse av kandidater. Gjennom kontakt med næringslivet og privat nettverk hadde jeg gode kandidater som jeg ønsket som informanter for denne

oppgaven. Det ble brukt sosiale medier som LinkedIn i stor grad for å komme i kontakt med de aktuelle informantene. Her sendte jeg en enkel forespørsel, for deretter å få tilsendt en e-postadresse som vi kunne foreta videre kommunikasjon ved. Når avtalene var gjennomført, startet prosessen med å få sendt ut informasjonsbrev til de ulike informantene. Før intervjuene startet, ble det også skrevet under en samtykkeerklæring som skulle sikre både forsker og informant om både taushetsplikt og en beskrivelse av hvordan informasjon blir lagret.

I tiden hvor intervjuene ble gjennomført, var hele verden satt på pause på grunn av utbruddet av covid-19. Dette har ført til at intervjuene har blitt gjort enten via telefon eller via Skype. De aller fleste har vist eksepsjonell fleksibilitet denne tiden. Informanter har ofte hatt hjemmekontor. Det kan tenkes at dette har bidratt til å gjøre situasjonen mer komfortabel for situasjonen, hvor de har vært i trygge omgivelser, noe også Repstad (2007) påpeker.

Selve intervjuene ble gjennomført som planlagt ved å følge de spørsmålene som var skrevet ned i intervjuguiden. Selv om rekkefølgen på spørsmålene ikke alltid ble fulgt, ble hvert enkelt spørsmål besvart. Ulike delspørsmål ble ikke alltid spurt, da respondentene viste stor interesse for feltet og snakket derfor ut om hvordan de forsto de ulike spørsmålene. Intervjuene hadde en lengde på 45 – 60 minutt.

Det ble brukt båndopptaker som innspillingskilde av intervjuene. Siden det ikke var mulighet for studentene å bruke fysiske og egnede båndopptagere, ble det i denne forskningen brukt en applikasjon fra Universitetet i Oslo. Dette er en applikasjon som lastes ned på telefonen og fungerer som en vanlig båndopptager. Informasjonen blir lagret i Nettskjema, og informasjonen vil ligge på denne nettsiden i inntil 90 dager, eller til forsker selv velger å slette innhentet data. Ved bruk av båndopptager ble behovet for å skrive notater fraværende, noe som bidrog til at jeg som forsker kunne finne oppfølgingsspørsmål underveis i prosessen. På denne måten ble det en samtale i større grad enn bare et rent intervju. Dialogen var svært god og jeg har inntrykk av at alle informantene er reflekterte, engasjerte og ærlige personer med mye kunnskap innenfor de temaer som har vært gjenstand for samtale.

3.7 Etske vurderinger

Etikk er læren om moral, altså hva som er rett og galt. Vitenskapelig praksis innebærer at man tar etiske overveielser i tråd med grunnleggende moralnormer (Ringdal 2013). Mange av de forskningsetiske normene er nedfelt i formelle regler, og til dels i offentlige lover. Her er det særlig personopplysninger, som forvaltes av Datatilsynet, som kan tilskrives stor viktighet. Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) har ansvaret for å kontrollere om personvernet er tilstrekkelig ivaretatt.

Gjennom denne prosessen har etiske overveielser hele tiden hatt stort fokus. Dette gjenspeiler også informasjonen som er sendt ut til de ulike informantene i denne oppgaven. Informasjon ble tidlig sendt ut til respondentene, hvor man kunne få innsikt i hvordan innsamlet data ble behandlet og lagret. Sammen med informasjon om forskningen, tematikk og metode, fikk de også tilsendt en samtykkeerklæring som de kunne signere. Videre ble det fortalt ved innledningen til intervju om deres rettigheter og om muligheten for å trekke seg fra undersøkelsen dersom dette skulle være ønskelig. Anonymiteten til hver enkelt respondent har blitt ivaretatt og lydopptak fra de ulike intervjuene vil bli slettet ved oppgavens slutt.

Gjennom min forståelse av de forskningsetiske retningslinjene, mener jeg å ha fulgt de sett av normer som er beskrevet i de forskningsetiske retningslinjene.

4.0 Casebeskrivelse

Denne studien tar utgangspunkt i den maritime klyngen på Sunnmøre, som kan sies å være en næringsklynge. En næringsklynge er en geografisk konsentrasjon av bedrifter og støttende institusjoner som både konkurrerer og samarbeider (Reve and Hagesæther 2018).

«Industrial clusters are geographically proximate groups of interconnected firms and associated institutions in a particular field, linked by commonalities and complementarities» (Porter 1998)

Aasheim, Cooke og Martin (2006) beskriver klynger som sammenkoblede organisasjoner som er komplementært forbundet. Disse forbindelsene er både horisontale og vertikale. De horisontale forbindelsene er ofte komplementære produkt og service, tilgang til samme råvarer, teknologier etc., og de vertikale linkene er de som utgjør verdikjeden i en klynge. Klynger kan være næringer som er koblet sammen på komplekse måter, hvor samspillet fører til innovasjon, utvikling og kunnskapsdeling som gir konkurransefordeler, og ofte stordriftsfordeler i markedet (Jacobsen 2008).

Den maritime næringen i vårt fylke strekker seg langt tilbake i tid. Helt tilbake til 1800-tallet har det blitt bedrevet fiskerirelatert industri på vår del av kysten. Industrialisering på Vestlandet var karakterisert ved små bedrifter, lokalisert rundt om i ulike bygder. Disse var basert på tradisjonell kunnskap, håndverkstradisjoner og billigarbeidskraft. Vestlendingene var tidlig ute med å kombinere bruken av eksplosjonsmotor sammen med trebåter, til sammenligning fra andre deler av Norge (Berge 2006). Dette ga industrien på vestkysten av Norge store konkurransefortrinn og gjorde de til pionérer innenfor teknologisk båtindustri.

Den aktuelle klyngen er en del av en helhetlig norsk klynge, men fokuserer på konstruksjoner av spesialiserte fartøy innenfor offshoreindustrien. Den maritime klyngen på Sunnmøre har blitt belønnet med en status som Global Center of Expertise. Denne statusen har ført til statsfinansiert forskning for utvikling av teknologi og for å studere klyngens konkurranseevne (Halse and Bjarnar 2014).

Det som har vært en av de forklarende faktorer for den norske suksessen er selvstendigheten til de ulike utstyrsleverandørene, som ikke har vært låst eller tilknyttet de ulike rederiene. Dette har skapt konkurransekraft, innovasjon og et høyere fokus på produktutvikling. Dette resulterte i mye omstilling – som for eksempel ved konkurser og nyetableringer i primærvirksomheter. De mange redere rundt om i distriktet var svært krevende kunder og sammen visste de akkurat hva de ville ha. Den kunnskapen de satt inne med, delte de med skipsverft, og sammen kunne de bygge svært avanserte fiskebåter som var i verdenseliten når det kom til teknologi. Når det ikke lenger var grunnlag for fiskeri, av ulike årsaker som jeg ikke vil diskutere i denne sammenheng, endret fokuset seg over til å skulle produsere offshorefartøy. Fra å inneha en nes-til-nes mentalitet, hvor man bygde båter på hvert nes, har man gjennom tiden blitt best i verden på å bygge spesialiserte og avanserte offshorefartøy, (Bjarnar, Berge et al. 2006). Konkurransekraften kan være et resultat av et samspill mellom en sterk identitet og kunnskapsdeling. Den maritime klyngen på Sunnmøre tuftet på regional nærhet fra gammelt av. Tett samhandling, høy grad av geografisk nærhet, i tillegg til kulturell og kognitiv nærhet har vært det fundamentale for klyngen. De siste årene har det foregått en stor endring hva gjelder geografisk nærhet. I det moderne og digitale samfunn er vi ikke lenger bundet av denne nærheten. Gjennom en utstrakt bruk av digitale plattformer, gjør det at avstander ikke lenger trenger å være en faktor for tett samhandling. Geografisk nærhet vil likevel være det mest hensiktsmessige med tanke på en sterk identitet.

Studien til Lervik, Amdam et al. (2010) viser at globalisering kan vitalisere dynamikken i den regionale klyngen. Flere av de globale aktørene ønsker å være tilstede i et marked preget av stor innovasjonsevne hvor kunnskapen er i verdensklasse. De globale aktørene bidrar med tung FoU- og markedskompetanse, og lokale aktører innad i klyngen utvider sine nettverk og det kan tenkes at dette kan generere en høyere grad av kunnskapsflyt.

Kunnskap og kunnskapsdeling har i løpet av de siste tiårene fått en sentral posisjon i et globalt kapitalistisk marked. Flere studier peker på økt suksess i klynger med fokus på samarbeidsmønster og kunnskapsdeling (Bjarnar 2008).

Klyngebegrepet vil i denne oppgaven forstås som et sett av organisasjoner som er komplementære i forhold til hverandre. Med komplementaritet menes det at de utfyller hverandre i verdikjeden. Det legges spesielt vekt på faktorer som identitet og kunnskapsdeling, spesielt taus kunnskap. Taus og eksplisitt kunnskap inngår som et viktig element for at den klyngen skal kunne dra fordeler av å være en klynge. De har en geografisk nærhet og vil kunne dra fordeler av å være samlokalisert.

5.0 Empiri og diskusjon

Dette kapitlet skal med utgangspunkt i studiens empiriske funn, samt det teoretiske grunnlaget, utlede og beskrive hvordan den maritime klyngen på Sunnmøre har endret seg med tanke på identitet og kunnskapsdeling, men særlig fokus på tiden etter oljekrisen 2015. Dette vil bli gjort på en objektiv måte hvor mine intellektuelle tanker og forståelse ikke påvirker fremleggelsen av materialet. Empirien er hentet fra kvalitative intervjuer med ulike aktører i den maritime klyngen på Sunnmøre. Respondentene vil ikke navngis og derfor vil det ikke være mulig kunne gjenkjenne de.

De ulike funn som er gjort i denne studien lar seg farge av at hele klyngen, og markedet forøvrig, står i en krise per dags dato som er mye større enn tidligere kriser. Covid-19 har satt en hel verden på prøve og det vil også være en gjenstand for diskusjon i denne oppgaven.

For denne oppgaven er det viktig å poengtere at det som fremkommer i diskusjonen er et utgangspunkt i de funn som er blitt presentert og hva som er resultatet av flere intervjuer.

Etter at de ulike temaene har blitt diskutert, vil det deretter følge en konklusjon hvor alle tråder blir samlet og oppgavens problemstilling vil bli besvart.

5.1 På hvilken måte uttrykker materialet en klyngeidentitet?

Den maritime klyngen på Sunnmøre er en stolt klynge med en lang historie.

Respondentene ser tilbake til en tid hvor verftsneringen har vært den dominerende næringen som har gitt klyngen sitt opphav, fra tidlig bygging av fiskeflåter til å bygge svært avanserte skip til offshorenæringen. Vi har ovenfor vist at identiteten til den maritime klyngen uttrykkes gjennom at medlemmene tilskriver hverandre verdier som egalitet, entreprenørskap, omstillingsdyktighet og samarbeidsvilje. Denne stadige reproduksjonen av identitet får bestemte implikasjoner for kunnskapsdeling, ved at egalitære verdier fremmer flyt av kunnskap på tvers av segmenter og mellom arbeid og kapital. Tilskrivelse av entreprenørskap fremmer kunnskapsdeling ved at det er legitimt å

ta risiko, og at kunnskapen om denne legitimeringen blant aktørene hindrer stigmatisering av feil og oppmuntrer dem til å gjøre nye forsøk. Tilskrivelse av omstillingsdyktighet har den bestemte implikasjonen at «vi har nok kunnskap til å klare det» og at vi deler denne kunnskapen, og gjerne gjennom samarbeid.

Teorien viser til at identitet henger sammen med evnen til å være innovativ gjennom et sterkt fellesskap. Sterke fellesskap oppstår enklere der det eksisterer en klyngeidentitet. Dette er i tråd med det tidligere forskning har vist, at ved å etablere en klar og distinkt identitet, øker evnen til å innovere (Staber 2010). Evnen til å bære frem gründere har vært stor og man har fra tidenes morgen kunne levere avanserte prototyper som har gjort at verftsneringen har stått sentralt. Kunder har vært betalingsvillige og klyngen har innvert på ordre fra sine kunder.

Vi skal ikke glemme at på Nord– Vestlandet, enten man ser på møbelindustrien, verftsindustrien, rederier eller fiskeri, så er grunnen til at vi kom dit vi kom fordi vi hadde tilstrekkelig med individualister og gründertenkning for å få dette til.

Dette er en felles oppfatning vi møter blant informantene, og illustrerer hvor mye klyngeidentiteten er knyttet til tilskrivelse av entreprenørskap som en kvalitet ved det å være medlemmer i klyngen.

Noen av respondentene uttrykker også en bekymring for at den identiteten som har eksistert gjennom mange tiår er i ferd med å forvitne. Klyngen på Sunnmøre har sine røtter i fiskeri og arven etter denne. Mange små og familieeide rederier bidro til at utviklingen av fiskerinæringen etter hvert ble til en offshoreklynge, som mange nå vil si at den maritime klyngen på Sunnmøre er.

Klyngen har blitt mer global, utenlandske foretak har gjort inntog og blitt eiere i flere bedrifter. Dette bringer inn en helt annen filosofi mener respondentene. De mener også at aktører agerer på en annen måte, noe som igjen vil få konsekvenser for måten man tenker og handler på. Denne nye filosofien kan være alt fra økonomiske føringer fra sine respektive land, til hvordan ledere forholder seg til sine ansatte. Dette kan ha ført til helt nye forretningsmodeller, beslutningstakere sitter ikke lokalt i klyngen men ved en annen geografisk lokasjon etc. For å bygge en sterk og distinkt klyngeidentitet er det viktig at det råder en enighet i hele organisasjonen om «hvem er vi».

Denne delte oppfatningen blant informantene gir en sterk støtte til betydningen av identitet knyttet til tilskrivelse av en egalitær historie og egalitære normer og verdier, og at denne identitetsmarkøren nå settes under press av globalisering og strukturendringer. Dette er også konsistent med tidligere forskning som problematiserer hvordan kunnskapsdeling kan påvirkes av at denne identiteten svekkes (Bjarnar 2010, Halse 2014). Videre underbygger informantene at tilskrivelse av entreprenørskap henger sammen med egalitet, dvs. at denne mekanismen påvirkes av nyere strukturelle endringer, som flytter fokus mer over på forretningsmodeller og beslutninger som skjer på bedrifts- eller konsernnivå.

Identiteten kan også tenkes å forvitre når relasjoner blir formalisert og med økende krav til profesjonalisering av organisasjoner. For eksempel mener informantene at innkjøpsprosesser har blitt endret i stor grad. Aktører samhandler heller ikke like mye ut fra nettverk, men i større grad ut fra et økt kostfokus. Innkjøp er, for eksempel, i mye større grad basert på pris og tilgjengelighet, på tvers av landegrenser. Dette økte kostfokuset vil bidra til mindre nettverksbygging, som igjen fører til en forvitring av identiteten og en felles tilhørighet. Det kan tenkes at dette vil bidra til mindre menneskelig kontakt, og bestillinger foregår gjennom systemer.

Denne reduserte kontakten mellom individer kan også bidra til at verdifull kunnskapsdeling blir satt under press. Den naturlige arenaen hvor en tidligere har møttes og drevet problemløsning, er byttet ut i større grad med formaliserte relasjoner og gjerne tilhørende digitale systemer som skal gjøre prosesser mer effektiv. Når den menneskelige samhandlingen svekkes, vil det heller ikke dannes nettverk som kan bidra til økt kunnskapsdeling. Dette er et uttrykk for at den fjerde grunnleggende identitetsmarkøren, eller tilskrivelsen, nemlig samarbeid som et regionalt fortrinn, er nært forbundet både med en egalitær tradisjon og entreprenørskap, og at denne verdien også settes under press gjennom globalisering og omstilling. Dette føyer seg inn i en sentral debatt trukket opp av Halse (2014) som i en kritikk av det statiske klyngekulturbegrepet i rådende forskning viser at denne typen endringer på mikroprosessnivå over tid kan føre til at aktører befinner seg i en annen og mer rasjonalistisk preget klyngekultur.

Spredningen i markedet er også med på å begrense rommet for en reproduksjon av en etablert klyngeidentitet. De ulike segmentene har helt ulike behov for teknologiske

løsninger, noe som gjør at man diversifiserer de ulike aktørene ut fra hvilket segment man tilhører. Dette er i tråd med det Staber og Sautter (2011) har vist. Dette kan sees på som et uttrykk for at det finnes flere underliggende identiteter, såkalte subidentiteter. Tidligere har stort sett hele den maritime klyngen jobbet innenfor offshore- og supplynæringen, noe som har bidratt til en økt felles tilhørighet og identitet. Hele klyngen går nå ut i full vifteform i et forsøk på å avdekke og finne et marked som kan gi økt inntjening. Dette kan vise seg å gå på bekostning av denne felles identiteten. Ordrebøkene er nesten tomme og ingen får brukt den kapasiteten som befinner seg i den maritime klyngen. Dette fordrer til omstilling, og det er her fokuset ligger hos de fleste. Med for lite fokus på å skulle bygge en felles og etablert identitet i klyngen, går man glipp av mulige stordriftsfordeler gjennom etablering av denne klyngeidentiteten, jamfør Staber (2010).

Det vi er best på i dette området, er det maritime operasjonene. Det å forstå de, samt lage gode verktøy for å utføre de. Min erfaring er at det er ingen som slår nordmenn i den maritime operasjonen.

Dette sitatet vitner om at det finnes en underliggende identitet. Her går vi tilbake til den stolte tradisjonen som den maritime klyngen er tuftet på, fra tiden da fiskeri bygging av fiskebåter var opphavet til den maritime klyngen. Identitet kan ofte værere basert på arv, og i dette tilfellet kan arven fra fiskeriet, hvor vi var gode, bidra til å etablere en kollektiv identitet.

En av respondentene påpeker viktigheten av å bli sett på som en maritim klynge, og ikke som en cruise-klynge eller en offshoreklynge. Det å løse maritime utfordringer blir sett på som klyngens hovedformål, og derfor bør klyngen flagge dette utad, heller enn å være spisset inn mot et konkret segment. Evnen til å bli sett på som en enhet, handler i stor grad om å etablere en felles strategi og bidra til at aktørene føler seg som en gruppe, og ikke som enkeltaktører, jamfør teorien til Amdam et al. (2020).

Identiteten handler ikke bare om hvordan medlemmene står samlet som klynge, men hvordan de reflekterer at de fremstår som en klynge i sin helhet. Etter flere nødvendige omstillinger vil det være viktig for klyngen å fremstå som samlet, ikke nødvendigvis som en klynge fra Sunnmøre, men som en del av Norge som klynge. Den maritime klyngen

skal være best på prosesser og livssyklus, mener alle respondentene. Klyngeidentitet skapes ut fra en felles visjon, og da er det underordnet hvilken sektor eller hvilket segment aktørene arbeider innenfor.

Kundene bryr seg ikke om vi er fra Sunnmøre eller Oslo, det som betyr noe er hva vi gjør og hvordan vi gjør det – og at vi er fra Norge.

I det globale markedet er Norge kjent for sin troverdighet og kvalitet. Dette er med på å skape identiteten innad i klyngen, og er noe de fleste aktører innenfor klyngen er stolt av å kunne levere.

Å løse komplekse utfordringer i den maritime næring, krever en høy grad av evne til å innovere. Dette har klyngen vist gjennom mange år, men når man spisser sin kompetanse i så stor grad man har gjort i denne klyngen, blir de mer sårbar og fallhøyden mye større.

I et miljøperspektiv må vi få vekk dette oljepreget. Vi må bli kjent for de som virkelig innoverer og kommer opp med de moderne fartøyene.

Her ser vi en viktig dimensjon ved identitet, at den både kan fremme handling men også begrense. Kanskje må identiteten åpnes opp for å kunne fungere i forhold til nye utfordringer. En av respondentene tar til orde for å endre fokus på hva som skal være kjernen i den maritime klyngen på Sunnmøre. Det kan fremstå som om klyngen står i en kompetansemessig lock-in, dvs. kompetansen er for spisset inn mot oljesegmentet og derfor kan det tenkes at kunnskapen er på vei til å bli utdatert. Vi trenger ikke å være en oljeklynge eller en offshoreklynge, men vi skal være en maritim klynge med fokus på hvordan å løse maritime utfordringer. Dette henger nøye sammen med tidligere sitat om å fokusere på det klyngen er best på.

I tråd med de omstillinger som er blitt gjennomført, og som det jobbes intensivt med i dag, ser vi ifølge informantene at kjernen i den maritime klyngen i større grad må ligge innenfor det som går på prosesser og teknologi. Det vil mest sannsynlig ikke bli bygget like mange båter i årene som kommer, derfor er det viktig at fokuset må være rundt livsløpet på det vi leverer. Dette samsvarer med et annet funn, som handler om å fokusere

på miljø og bærekraft. Som nasjon er dette noe det må satses tungt på, og er helt vesentlig om den maritime klyngen på Sunnmøre skal kunne opprettholde sin posisjon som klyngen som løser maritime operasjoner. Dette er i tråd med det grønne skiftet og peker i retning av pågående endring med større fokus på miljøvennlige produkter og tjenester. Maritim industri er en stor og dynamisk næring, og det faller naturlig at det grønne skiftet vil påvirke hvordan en identitet blir etablert i den maritime klyngen på Sunnmøre. Politiske føringer, som for eksempel reduksjon av CO₂, vil være faktorer som vil drive frem det grønne skiftet.

Funn peker også på en bekymring for de store motorene som fungerer som integratorer i klyngen. Med de store motorene er dette forstått med de ulike skipsverftene og designelskapene i klyngen. Disse har vært de som har skapt de store økonomiske ringvirkningene og som skaper et grunnlag for de fleste underleverandører. Dette vil ha en enorm betydning for klyngen i sin helhet. Hva gjør dette med identiteten? Viktigheten av å kunne etablere en klyngeidentitet med en felles visjon er ifølge informantene større en noen gang.

Kildegrunnlaget som har kommet fram her viser på den ene siden tydelig hvordan klyngeidentitet er en sentral del av limet i det økonomiske samspillet i klyngen, og at den følger historiske tradisjoner der medlemmene har sett på hverandre som likeverdige, som entreprenører, som omstillingsdyktige og som samarbeidsorienterte. På den annen side ser vi klare tegn på at denne identiteten dels er satt under press av globalisering og strukturendringer, og dels kan ha behov for å bli modernisert og mer åpen for variasjon, og det kommer tydelig fram at presset på den historisk forankrede identiteten kan ha betydelig implikasjoner på hvordan aktørene deler kunnskap, som blir vårt neste tema.

5.2 Påvirker identiteten graden av kunnskapsspredning?

Hvordan vil informantene i klyngen analysere kunnskapsspredningen i deres eget miljø?

Den maritime klyngen på Sunnmøre består av svært mange ulike aktører, og kan deles inn både vertikale og horisontale dimensjoner. Det er svært mange bedrifter som konkurrerer mot hverandre, men også samarbeider, som hører til under den horisontale dimensjonen.

Det er nærliggende å tro at en underliggende egalitær identitet fortsatt eksisterer, selv om denne er satt under press som følge av omstillinger. De bedrifter som er komplementære i forhold til hverandre befinner seg på en vertikal dimensjon. Typiske aktører i den vertikale dimensjonen er underleverandører. Studiens funn peker på at det ikke foregår stor grad av kunnskapsdeling i de horisontale dimensjonene. De typiske bedriftene som befinner seg i den horisontale dimensjonen er de ulike verftene og rederiene. Ålesund Kompetansepark, ÅKP, står frem som et overordnet system og som jobber for integrasjon og for å skape et samhold i klyngen. ÅKP tar ifølge respondentene en tydelig rolle som kunnskapsspreder og fremmer tilskrivelse av en identitet mot omstillingsdyktighet, og bidrar til å sette den egalitære identiteten under press i en tøff økonomisk situasjon.

På spørsmål om hvordan de ulike respondentene oppfatter hvordan kunnskapsspredningen forløper seg innad i klyngen, vil flere nevne Ålesund Kompetansepark som en sentral arena. Selv om informasjonen som blir fremstilt av og gjennom ÅKP ofte er generisk, får klyngen en arena hvor de treffer næringslivet og får diskutert ulike problemstillinger. ÅKP har en viktig posisjon i markedet for å være en aktør som samler og skaper en arena for kunnskapsdeling. Selv om kunnskapen fra ÅKP er i stor grad generisk, er utbytte av taus kunnskap et resultat av sosial interaksjon. Aktørene deler et sett av felles normer, historie, språk etc., jamfør teorien presentert innledningsvis.

Selv om kunnskapen som skaper på denne arenaen er generisk, bidrar den også til å skape samarbeid og allianser, og tilskrives videre til omstillingsdyktighet. Også gjennom ulike scale-up programmer og integratorer, får disse knytte kontakt med de store aktørene som befinner seg i samme lokale. Dette bidrar til en viss kunnskapsdeling.

Respondenter trekker frem globalisering når det er snakk om kunnskapsdeling. Den økte globaliseringen har ført til en mer diversifisert klynge hvor aktører holder kortene tettere inn til brystet. Den økte globaliseringen setter kunnskapsdeling under press, og har ført til en økt bruk av kontrakter og fortrolighetsavtaler mellom ulike aktører, som gir mer formaliserte relasjoner. Det blir også presisert at mellom konkurrerende bedrifter er ikke kunnskapsdelingen så stor, og det eksisterer ikke en bekymring for at verdifull kunnskap skal bli delt i en eventuell lekkasje. Dette er nok et bevis på at egalitære tradisjoner og entreprenørskap blir satt under press gjennom globalisering og omstilling. Gode ideer

holdes innad i bedriften, men må på et tidspunkt gjøres kjent for å kunne tjene penger på den.

I et innovativt miljø og en tid hvor omstillingene står som perler på en snor, er kunnskap ferskvare.

Ut fra denne informasjonen kan det se ut til at det i liten grad er utforskende deling av kunnskap, jamfør Halse og Bjarnar (2014). Dette kan være en effekt av en reduisering i kontakt mellom mennesker, ansikt til ansikt, jamfør det økte kostfokuset og effekten av denne. Beskyttelse av kunnskap har blitt viktig, og det kan se ut som til globalisering har ført til et press på kunnskapsdelingen i den maritime klyngen på Sunnmøre, jamfør Lervik og Bjarnar (2010).

Store selskaper som fungerer som hovedmotorer i klyngen blir gitt et ansvar for å være drivere av en kunnskapsspredning. Det utvises en bekymring for dette når flere av disse har blitt vesentlig svekket over tid, og fremtiden er usikker. Internasjonale bedrifter som har kjøpt seg opp i klyngen sitter med beslutningstakere i andre deler av verden, noe som gjør at man ikke får tilgang til den samme kunnskapen som om de hadde vært lokalt i klyngen. Utveksling av taus kunnskap kan bli svekket som følge av økt globalisering, og dette utløser bekymringer for flere av respondentene.

Siden NTNU tok plass i den maritime klyngen, har det blitt løftet nivået på kunnskapsspredning. Gjennom et bredt studietilbud både i Ålesund og Trondheim, får man lettere tilgang på riktig kunnskap. I en digital verden hvor digitalisering blir sett på som en av de viktigste faktorene for fremtidig overlevelse og utvikling, har man gjennom et godt samarbeid med denne institusjonen tilgang på de best kvalifiserte personene i verden. Dette hever graden av kunnskapssdeling gjennom samarbeid mellom næringsliv og NTNU. Denne fusjonen har flere aspekter som er verdt å trekke frem som positive for den maritime klyngen på Sunnmøre. I artikkelen til Halse og Bjarnar (2014) skriver de om profesjonelle nettverk og hvordan slike nettverk kan være med på å øke kunnskapsdeling i klyngen. I studier skapes det nettverk på bakgrunn av felles verdier og felles interesser, samt studienettverk. I årene som kommer kan denne fusjonen skape en stor kunnskapsbase, som vil være tilgjengelig for den maritime klyngen på Sunnmøre. Flere

aktører i klyngen har investert mye i forskning og utvikling (FoU), og gjennom samarbeid med NTNU vil dette øke attraktiviteten til klyngen. Økt attraktivitet vil gi fordeler ved at nyutdannede studenter velger å etablere seg i regionen, og samtidig fortsetter karrieren i klyngen. Disse studentene sitter på et stort profesjonelt nettverk og dette vil igjen bidra til økt kunnskapsdeling.

Et funn som er svært interessant, trekker frem rotasjon som et spennende tilskudd til kunnskapsdeling. Rotasjon av mennesker mellom ulike bedrifter bidrar til spredning av kunnskap. En ansatt i firma A kan gå over til å jobbe i firma B, og da vil vedkommende ta med seg informasjon og kunnskap, som kan bidra til å generere ny kunnskap. Dette har man sett fra tidligere hvor rederiene har etterspurt ulike funksjoner på sine flåter, og på denne måten har dette gått bakover i verdikjeden. Slik har kunnskap blitt spredt gjennom flere tiår, og kan være tuftet på en egalitær tilskrivelse av identitet. Her ser vi et eksempel på deling av kunnskap som kan skje internt i klyngen, ved utforskende deling av kunnskap innad. Tilskrivelse av egalitær historie settes under press av ønsket om mer entreprenørskapstradisjon, hvor kunnskap om det legitime i å ta risiko er en verdsatt faktor. Dette er ikke noe nytt da mange selskaper har en mulighet for ansatte å rotere innad i organisasjonen. En slik rotasjon kunne hatt spennende effekter, men også noen utfordringer knyttet til fortrolighetsaspekter.

Man kommer ikke utenom at den maritime klyngen på Sunnmøre befinner seg på et lite, geografisk område. Dette gjør at spredningen av kunnskap også går fra «nes til nes», også i dag. Med begrepet «nes til nes» tenker vi tilbake til opprinnelsen med de mange båtbyggerne som holdt til på hvert sitt nes og en tilskrivelse av egalitære normer og verdier. Der kunne de ulike verftene følge med på hverandre og observere fremgangen, og på denne måten få kjennskap til ulike innretninger og teknologi. De fleste kjenner til hverandre, noe som gjør at tilgangen på informasjonen ikke er utilgjengelig i så stor grad.

En av respondentene poengterer at selv om man kan se en fragmentering i den maritime klyngen, hvor man satser på ulike segment, er ikke dette nødvendigvis noe som kommer til å redusere graden av deling av kunnskap. Man må danne nettverk på grunnlag av tillit, og at man revitaliserer den menneskelige samhørigheten. Det vil kunne oppstå nye verdikjeder man må forholde seg til. Disse verdikjedene kan bli mer internasjonale og kan tenkes å påvirke graden av kunnskapssdeling. Dette kan fremstå som et ønske å gå tilbake

til det opprinnelige, og er en reproduksjon av en egalitær identitet, understøttet av omstillingsdyktighet.

Klyngen har blitt vokst og blitt en stor global aktør. Dette er både på godt og vondt. Den maritime klyngen på Sunnmøre har vært global når det gjelder bygging av avanserte skip i lang tid. Flere av respondentene uttrykker en bekymring for at verden blir stadig mer global, spesielt når man ser hvor sårbar man er som næring når man får kriser som den man står i i dag. Noe av grunnen til at klyngen har blitt i stor grad globalisert, er konkurransen på det globale marked. Er man best på noe, vil man også spille i øverste liga. Dermed blir også fallhøyden høyere når man møter motgang. En av utfordringene når det kommer til den økte globaliseringen er at vi eksporterer vår kunnskap, underforstått kan vi si at taus kunnskap blir en mangelvare. Klyngen har solgt utstyrspakker og design til ulike land, og dermed har vi eksponert det vi er best på. Dette har økt omsetningen til de leverandørene som har solgt sine pakker og design, men i konkurransen blir vi akterutseilt.

Ved å eksportere vår kompetanse, bidrar vil til å bygge opp en global kapasitet som er mye større enn den kapasiteten vi besitter i Norge.

Respondentene uttrykker stor bekymring for tiden vi er inne i nå. Etter 2015 har det vært et stort fokus på cruisemarkedet, og flere aktører innenfor den maritime klyngen har brukt svært mye tid og ressurser på dette segmentet. I dag står man med en cruisenæring som taper svært mange penger og som ikke får seile med passasjerer. Det pekes på at i fremtiden må den norske verftsnaeringen, og den maritime klyngen i Norge, satse på annen tonnasje. Her blir havvind trukket frem, som ulike verft jobber med i dag, samt båter med en lavere tonnasje. Flere hevder at løsningen må være å bygge båter som genererer volum, altså like båter med et større antall.

Det er typisk norsk å skulle være best, bygge størst og mest avansert. Årets skip henger høyt. Dette blir det ikke penger av.

Respondentene har opplevd ulike omstillinger i tiden etter 2015. Fellesnevneren viser seg å være at man har gått fra en klynge med et samlet fokus på offshore, til en mer differensiert klynge med satsing på ulike segmenter. Klyngen har operert innenfor offshoremarkedet siden offshoreboomen tidlig på 2000-tallet, og dette er noe som vedvarte frem til siste halvdel av 2014.

5.2.1 Omstillinger i klyngen

Omstillinger tvinger frem endringer i den kollektive fortellingen om identitet i den maritime klyngen på Sunnmøre. Vår oppfatning er at klyngen endres fra å være egalitær til å utfordre den eksisterende kulturen ved å tilføre et sett av nye handlingsmønstre, som for eksempel å ta mer risiko. Historie og omstillinger vil påvirke hvordan aktørene fatter beslutninger, og disse beslutningene er basert på tilskrivninger av både egalitære, entreprenører, omstillingsdyktighet og samarbeid som fortrinn.

5.2.2 Hva driver frem omstillinger i klyngen?

Det er mange faktorer som driver frem frivillige eller tvungne omstillinger. Ulike kriser blir sett på som en driver for omstilling, og dette er også gjeldene for denne studien. I tiden etter 2015 har vi først gått gjennom en krise hvor oljeprisen stupte, og i dag står vi ovenfor en pandemi som setter hele verden på hold.

5.2.3 Det grønne skiftet

Det grønne skiftet handler om å omstille seg til en grønnere og mer miljøvennlig retning. Norge. Det grønne skiftet skal bidra til en omstilling som bidrar til at utviklingen kan holdes innenfor naturens tålegrense. En annen viktig faktor innenfor det grønne skiftet er å få til en overgang til produkter og tjenester som gir mindre negative konsekvenser for miljø og klimaet enn i dag (Olerud 2019). Dette fremkommer også blant noen av respondentene. Oljepreget er noe som har preget klyngen gjennom mange år, og dette er noe av det som må endres på i takt med det grønne skiftet. Det grønne skiftet påvirker ikke bare den maritime klyngen, men er noe som den globale verden nå fokuserer på.

5.2.4 Finanskrisen

Respondentene trekker frem finanskrisen i 2008 som en innledning til oljeprisfallet i siste halvdel av 2014. Etter finanskrisen kom det en offshoreboom og man bygde svært mange offshorefartøy på de ulike verftene. Produksjonskapasiteten var stor og verftene kontraherte mange skip. Konkurranseskraften står på spill når den norske regjeringen innfører allmenngjøringsloven, som skal sikre at alle utenlandske arbeidere skal ha lik lønn og arbeidsvilkår som er likeverdig med det de norske arbeidstakerne har.

5.2.5 Oljeprisfall

Oljeprisfallet i siste halvdel av 2014 er en stor driver for å igangsette omstillinger. Oljeprisen gikk fra rundt 115 dollar for fatet, til rundt 20 dollar på kort tid. Dette gjør at mange norske oljearbeidere mister jobben, store deler av den norske offshoreflåten blir satt i opplag. Det som blir trukket frem som en driver av dette oljeprisfallet, er tilveksten av ny olje fra USA, skiferolje. USA skaper en overflod av olje i markedet, samtidig som det herjer uro på den kinesiske børs.

Oljeprisen faller også som følge av uenigheter mellom OPEC og Russland i starten av 2020. Dette bidrar i enda større grad av usikkerhet i markedet.

5.2.6 Børskrise og Covid-19

I februar opplever markedet en ny krise. Spredningen av viruset covid-19 går svært raskt, og hele verden blir rammet av det som noen dager senere blir regnet som en pandemi. Svære og restriktive tiltak blir iverksatt verden over og hele børsen bryter sammen som følge av dette.

Følgene av å være en «oljeklynge» blir store, og for noen betyr dette slutten. Som en av respondentene uttrykker, så er det viktig at vi nå blir kvitt dette oljepreget. Oljepreget i seg selv vil ikke kunne gjøre klyngen mer motstandsdyktig mot slike kriser, men vi ser at markedet klyngen har operert i er svært sårbart.

Den maritime klyngen på Sunnmøre har i flere år satset på cruise-segmentet, og det har blitt bygget mange skip i løpet av de siste årene. Nå som covid-19 har slått ut i full blomst, vil dette prege klyngen i lang tid. For det første så har de ulike verftene ikke tjent særlig med penger på dette segmentet, og for det andre så vil hele cruisenæringen endre seg etter dette. Dette vil føre til at klyngen må atter en gang arbeide med å omstille seg etter dagens og fremtidens situasjon.

Globaliseringen har også ført klyngen, og Norge, ut i det store markedet. Norge har i lang tid hatt seilende fartøy i de mange hav, og det har blitt kontrahert nye skip med verden som marked. Dette har vært positivt, men man ser i krisetider at man som utenlandsk nasjon blir kastet ut av territorier på grunn av proteksjonistiske avtaler. Ser vi på for eksempel Jones Act-loven i USA, hvor kun amerikanskeide og -registrerte skip bygde i USA, med amerikansk mannskap, frakte gods fra en havn til en annen i USA (Kenton 2019), vil denne forhindre norske skip å operere i amerikanske farvann når USA finner det for godt å benytte seg av denne loven. Lignende regulativ kan man også finne andre steder, noe som er et hinder for det globale marked.

Videre blir viktigheten av det globale marked sett på som svært viktig for de norske rederiene for å kunne opprettholde den norske skipsflåten.

Ulike respondenter trekker frem globaliseringen som negativt for den norske verfts-næringen. Dette begrunnes med allmenngjøringsloven, som skal sikre at de utenlandske arbeiderene som jobber i Norge skal ha like lønns- og arbeidsvilkår som norske ansatte. Dette har ført til at vi som nasjon ikke kan konkurrere i det globale markedet på å bygge båter hvor man samtidig tjener penger. Dette vil kunne føre til konkurser og nedskalering av de verft man har i dag.

Omstillinger kan skje som følge av en ny identitet eller det kan være endringer basert på kunnskapsdeling. Omstillinger og globalisering utfordrer eksisterende nettverk og

verdikjeder, jamfør innledende modell. Dette påvirker den kollektive fortellingen om identitet, og viser hvordan omstillinger påvirker identitet og kunnskapsdeling, som resultat av omstillinger. I omstillinger blir det tatt strategiske valg som skal vise veien videre. Dette kan være strategiske valg som for eksempel mål, visjoner etc. Fundamentet i slike valg, avhenger av hvem klyngen ønsker å være, samt hvordan verden forøvrig ser på klyngen.

Omstillinger er ikke et nytt fenomen i klyngen. Fra starten av bygging av fiskefartøy har klyngen hele tiden måtte ta hensyn til ulike omstillinger som har preget miljøet gjennom hele tidslinjen. I denne undersøkelsen har vi sett nærmere på hva som har hendt siden oljekrisen i 2015.

Vi hadde et godt fotfeste i Brasil, men etter oljekrisen ble vi lempet ut av landet dersom man ikke seilte under brasiliansk flagg.

Sitatet over viser hvordan noen aktører i den maritime klyngen mistet store kontrakter over natten. Mange rederier hadde lange og gode kontrakter i Brasil og etter oljekrisen i 2014/2015 fikk man ikke fornyet lisens, og ble dermed ikke tildelt tillatelse til å arbeide i dette området.

Mye har skjedd i løpet av de siste årene. Det er vanskelig for de aller fleste respondenter å svare på dette spørsmålet uten å snakke om hva som var grunnlaget før oljekrisen inntraff. Etter finanskrisen i 2008 opplevde markedet en offshoreboom. Det ble bygd svært mange skip og markedet var svært potent. Økonomien blomstret og offshorenæringen opplevde en tid hvor pengene bare vokste.

Omstillingen siste årene har vært positiv, men krisen vi står i nå, påvirker den omstillingen. Det har blitt brukt mengder av tid og mye forskning og utvikling for å stimulere klyngen. Plutselig er det bråstopp.

Det kommer frem av undersøkelsen at det har vært en svært krevende tid for alle involverte i tiden etter 2015. Den krevende tiden har ikke bare vært tøff økonomisk og strategis, men fundamentet i klyngen forandres. Dette forandrer kunnskapsbasen innad i klyngen, tilgangen på kunnskap uteblir. Villighet til å risiko endres, som igjen setter tilskrivelsen av entreprenørskap under press. Det som har vært mye av redningen, er at aktørene gikk inn i oljekrisen i 2015 med en betydelig god økonomi. Ordrebøkene har vært gode, og framtidsutsiktene var god. Det som gjør situasjonen i dag er at klyngen går inn i en ny krise, men uten de samme betydelige økonomiske musklene. For mange rederier ble behovet for konsolidering stort. Dette var noe bankene og Garantiinstitutt for eksportkreditt, GIEK, sterkt anbefalte.

Mange av de omstillingene som har blitt gjort i tiden etter oljekrisen, er noe klyngen har hatt som planer å gjennomføre, deriblant satsingen på cruisemarkedet. Dette var kjent før krisen inntraff. Det som gjorde at utfallet ble som det ble, var tempoet. Ingen hadde ikke forutsatt denne type krise, og som klynge ble man raskt tvunget inn i omstillinger de ikke hadde planlagt i detalj. Markedet endret seg over natten og klyngen måtte agere raskt.

Man gikk rik inn i oljekrisen i 2015, men ved inngangen til koronakrisen står vi allerede i knestående.

Felles for alle respondenter er det fremvoksende markedet innenfor nye segmenter som cruise, havvind, nærskipruter, fiskeri, oppdrettsnæring etc. Førstnevnte er noe som går igjen i alle intervjuer som er gjennomført. Cruise har blitt et svært marked, og noe klyngen i tiden etter 2015 har satset stort på. Det utvises stor skepsis til dette nå som covid-19 har satt hele verden på pause. Trolig vil store deler av den maritime klynge få merke ettervirkningene på dette om et år eller to. Dette begrunnes med av ordredybden på denne type fartøy ikke vil være tilstede. Sist, men ikke minst, blir havvind presentert som et voksende marked med stort potensiale. Her finnes det et stort marked allerede, men det fremgår i undersøkelsen at klyngen må tilegne seg mer kompetanse innenfor dette segmentet for at det skal kunne bli lønnsomt. På bakgrunn av lave oljepriser i dagens marked, stilles det spørsmål til om dette vil bidra til å bremse utviklingen av havvind, eller om miljøinteressen vil være sterk og gå upåaktet hen.

Fusjonen mellom Høgskolen i Ålesund og NTNU blir også trukket frem av respondentene til å være et svært godt arbeid. I en krevende tid, trengs kvalifiserte ansatte i alle ledd, og NTNU tilbyr en rekke studier som er avgjørende for at klyngen skal besitte riktig kompetanse i årene som kommer. Sitatet under fremhever viktigheten av å være en del av et større universitet.

Ser vi på den faktiske kompetansen vi trenger, må vi til NTNU. Der finner vi de studentene som er lengst fremme når det kommer til teknologi.

Fusjonen mellom høgskolen i Ålesund og NTNU er svært spennende hva gjelder nettverksbygging, også mellom studenter. Dette bidrar til å skape profesjonelle nettverk, som Halse og Bjarnar (2014) skriver i sitt arbeid. Studenter danner nettverk med sine medstudenter som kan komme til nytte ved en senere anledning.

6.0 Konklusjon

I denne studien er det flere funn som er interessant. Det mest interessante er at det ikke ser ut til å finnes en klar og entydig identitet innad i klyngen. Gjennom flere intervjuer blir det ofte trukket frem identitet som tufter på arven fra fiskerinæringen og hvordan de mange små skipsbyggerne sammen utviklet nye båter. Redere hadde penger og de visste hva de ønsket i sine båter, og dette førte til at båtbyggerne innoverte nærmest på ordre. Dette var det som kjennetegnet mekanikken i den tidligere klyngen. Det var stort fokus på gründertenkning og individualister som frem og gjorde mange teknologiske fremspring, både innenfor hydrauliske vinsjer og konstruksjon av båter. Basert på dette, kan det fremstå som at de fleste respondenter har tanker om hva som var drivkraften i starten og det kan fremstå som at ingen av respondentene kan trekke frem en, distinkt felles identitet. Strategiske omstillinger i klyngen har satt egalitære tradisjoner og normer under press, som har ført til at klyngen har blitt mer fragmentert. Klyngen kan tilskrives en viss grad av entreprenørskap, men det smerter å ta store risikoer i et marked som er svært ustabil. Likevel hersker det ingen tvil om hva som er det viktige, at klyngen skal være best på de maritime operasjonene, som er et tydelig uttrykk for at det finnes en viss grad av omstillingsdyktighet. Klyngen sitter på en unik kompetanse, og står klyngen samlet vil dette være med på å styrke deres posisjon, uavhengig hvilket segment det satses på. Dette kan være å bygge båter til havvind-segmentet eller å finne nye og smarte løsninger for å redusere utslipp fra fremtidige skip. Dette kan virke som et uttrykk for at det finnes en underliggende identitet, men den fremstår ikke som en tydelig veiviser. Staber og Sautter (2011) argumenter i sin artikkel for at det ikke er en sterk tro på at det finnes kun en identitet i en klynge. Dette virker til å stemme overens med funnene i denne studien. Flere respondenter nevner tidligere identiteter og hvordan klyngen var, med arven fra fiskeri. Å være best på de maritime operasjonene er også noe som har kommet frem. Dette er et tydelig uttrykk for en identitet, og det kan tenkes at dette er en overordnet kollektiv identitet som eksisterer, men som ikke er tydelig kommunisert eller at den maritime klyngen ikke har tatt den til seg. At det ikke finnes en klar konsensus hva gjelder identitet, kan også tyde på at det eksisterer en eller flere subidentiteter. I en maritim klynge som har opplevd flere kriser på få år, er det ikke utenkelig at flere aktører fokuserer mer på egen drift og likviditet fremfor samarbeidet i klyngen. Derfor er det også mulig å tenke at det

ikke har vært tilstrekkelig kapasitet til å ta tak i identiteten på et overordnet plan, og i en slik prosess har tid og ressurser blitt brukt på egen strategiutforming og overlevelse.

Den maritime klynge på Sunnmøre har i løpet av de siste år opplevd flere kriser. Disse krisene har ført til at det har blitt satt i gang og gjennomført ulike omstillingsprosesser. Omstillingsprosessene har i stor grad dreid seg om å endre produkter og tjenester, samt fokusere i større grad på livsløp og digitalisering. Livsløp handler om å følge produkt eller tjeneste fra opprettelse av kontrakt til avslutning. Dette ser vi i større grad er viktigere for utstysrleverandører. Dette har i igjen ført til at klyngen har blitt mer diversifisert gjennom at mange aktører må finne sin egen vei, eller inngår samarbeid med nye aktører. Flere aktører har også måtte lukket sine dører for godt, noe som resulterer i endringer i verdikjeder. Det oppleves som at klyngen har gått ut i full vifteform ved å diversifisere seg, utforske nye segmenter. Denne diversifiseringen virker ikke som en samlende operasjon med tanke på etablering av en kollektiv identitet. Den kollektive identiteten blir satt på prøve når verdikjeder endres og den maritime klyngen satser på nye segmenter. Klyngeidentitet sier noe om «hvem vi er», og uten et klart mål vil det være vanskelig å definere dette. I tillegg til at aktører innad i klyngen har vanskeligheter med å etablere identiteten, kan dette få følger for hvordan omverden ser på den maritime klyngen på Sunnmøre. Det handler om tillit, troverdighet og samhold.

På grunn av økende grad av globalisering, har dette påvirket hvordan deling av kunnskap forløper seg i klyngen. Globalisering er ikke et nytt fenomen i klyngen, og har vært gjenstand for utfordringer og utviklingen i flere år. Økende bruk av kontrakter og fortrolighetsavtaler står frem som et av de viktigste elementene for mindre kunnskapsdeling. Likevel blir ÅKP trukket frem som en sentral og viktig kilde til deling av kunnskap. Digitalisering blir sett på som en fremtidig løsning på flere utfordringer. Denne digitaliseringen kan virke hemmende på deling av taus kunnskap. Den sosiale interaksjonen vil ikke forløpe likt over en digital plattform som under fysiske møter.

Fusjonen mellom Høgskolen i Ålesund og NTNU er en positiv utvikling når det kommer til kunnskapsdeling. Her får klyngen adgang til det fremste innen teknologisk kvalifiserte studenter og kunnskap. Denne fusjonen vil også bidra til å generere et nettverk som også på et senere tidspunkt kan bli svært nyttig for den maritime klyngen.

Funnene i denne studien peker på at det kan ha vært større grad av deling av kunnskap i tiden før oljekrisen inntraff. Dette kan være særlig aktuelt i den krisen vi står i idag, hvor de fleste møter går via applikasjoner som Skype, Teams og lignende programmer.

Tidligere kan det se ut til at det har vært større grad av samkonkurrering i den horisontale dimensjonen, på et tidspunkt da alle jobbet inn mot offshore/oljenæringen. Globaliseringer har satt de egalitære identitetsmarkørene under press, og reproduksjon av denne identiteten blir fraværende. Samtidig har globaliseringen dratt med seg mange utenlandske eiere til klyngen. Store utenlandske foretak har kjøpt seg inn i selskaper i klyngen og dermed har de gjort inntog i klyngen, og klyngen blir mer fragmentert. Dette har ført til en større grad av kontrakter og fortrolighetsavtaler som resulterer i mer profesjoniserte relasjoner. Dette fremstår som et hinder for kunnskapsdeling og den naturlige diskusjonen uteblir da frykten for å lekke informasjon blir stor.

Forskningsspørsmålet i denne oppgaven spør om hvordan endringer har påvirket identiteten i den maritime klyngen på Sunnmøre, og hvilke effekter dette har hatt for kunnskapsdelingen. Denne studien kan konkludere med at endringene har ført til en betydelig mer differensiert klynge, og det er vanskelig å se at det finnes en klar og distinkt klyngeidentitet. Klyngeidentiteten har forvitret i takt med tiden ettersom at det har vært fokus på omstillinger som har preget driften til de fleste aktører. Mange har måttet omstille både produksjon og tjenester, nye verdikjeder her oppstått, noe som igjen har ført til en mer differensiert klynge. Det samholdet som tidligere har vært i klyngen har også blitt påvirket i den grad at det ikke lenger deles like mye kunnskap som tidligere. Når alt handler om å utvikle nye markeder og på å øke likviditet, kan det virke som at aktørene stenger seg inne i sine egne «bobler» og at dette blir effekten. Klyngens funksjoner fungerer ikke i henhold til de mekanismene som en klynge skal stimulere til.

Kunnskapsdelingen har i disse omstillingsprosessene ikke blitt en aktiv del av virksomhetene, eller i det minste har den ikke fått vesentlig oppmerksomhet utover tidligere tider. Dette kan henge sammen med at det ikke er en samlet klynge med tanke på identitet og at kunnskapsdelingen derfor ikke vil være en prioritert oppgave. Det kan tenkes at den maritime klyngen på Sunnmøre hadde hatt større grad av kunnskapsdeling mellom de ulike aktørene om det eksisterte en felles plattform av identitet, eller en arena hvor aktørene hadde like forutsetninger med tanke på samhold og identitet.

6.1 Begrensninger

Et svært komplekst tema har vært diskutert i denne studien og det er mulig at informasjonen som har vært gjenstand for tolkning, har i noen tilfeller blitt tolket på en lite hensiktsmessig måte. Det har vært en krevende tid og vi sitter i dag inne i en ny krise av nesten uante proporsjoner, noe som har gjort innsamlingen av data utfordrende. Mange av aktørene har vært svært fokusert på dagens situasjon, og dette har ført til et ufordelaktig bilde med en negativ dreining. Den usikre tiden har ført til svært alvorlige følger for mange av aktørene i den maritime klyngen, og på bakgrunn av dette kan det tenkes at situasjonen rundt covid-19 har bidratt til en lavere reliabilitet av datainnsamlingen. Denne studien kunne bidratt til et mer nyansert bilde til forskningsspørsmålet dersom det ikke eksisterte en krise hvor alle er rammet. Jeg tror det ville vært en litt mer samlet klynge med positivitet og optimisme, slik det var i tiden før covid-19 og oljeprisfall, samt børskrakk inntraff. Hele den maritime klyngen var på dette tidspunktet optimistiske og satset store midler på en næring, som over natten kollapset – cruisenæringen. Ingen vet i dag hva som vil skje videre og dette har helt klart farget presenterte funn.

7.0 Litteraturliste

- Amdam, R. P. and O. Bjarnar (2015). "Globalization and the Development of Industrial Clusters: Comparing Two Norwegian Clusters, 1900–2010." Business History Review **89**(4): 693-716.
- Amdam, R. P., et al. (2020). "Forthcoming."
- Asheim, B. (2000). Industrial district: the contributions of Marshall and beyond. Oxford, The Oxford Handbook of Economic Geography.
- Asheim, B. and M. Gertler (2005). "The Geography of Innovation: Regional Innovation Systems." The Geography of Innovation: Regional Innovation Systems.
- Bathelt, H., et al. (2004) Cluster and knowledge: Local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. **28**,
- Bell, S., et al. (2009). "The Organization of Regional Clusters." Academy of Management Review **34**: 623-642.
- Berge, D. M. (2006). Havfriskeflåten i Møre og Romsdal og Trøndelag - Fra fisker til regulert spesialist Bind 2. Trondheim, Tapir Akademisk Forlag: 317-366.
- Bjarnar, O. (2008). "Global Pipelines and diverging patterns of knowledge sharing in regional cluster." Høgskolen i Molde.
- Bjarnar, O. (2010). Transformation of knowledge flow in globalizing regional clusters. Molde, Høgskolen i Molde.
- Bjarnar, O., et al. (2006). Havfiskeflåten i Møre og Romsdal og Trønderlag - Fra fri fisker til regulert spesialist Bind 2. Trondheim, Tapir Akademisk Forlag.
- Bjarnar, O., et al. (2004). Nøringskulturer på Nord-Vestlandet: myter og realiteter. Nord-Vestlandet - liv laga? O. Bukve and A. Løseth, Sunnmørsposten Forlag: 64-83.
- Claussen, M. (2019) Omstilling i verftsindustri ga vind i seilene.
- Dalen, M. (2011). Intervju. Oslo, Universitetsforlaget.
- Dalland, O. (2014). Metode og oppgaveskriving. Oslo, Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Fagerberg, J., et al. (2005). The Oxford Handbook of Innovation. United Kingdom, Oxford University Press.
- Filstad, C. (2010). Organisasjonslæring - fra kunnskap til kompetanse. Bergen, Fagbokforlaget.

- Grønmo, S. (2004). Samfunnsvitenskapelige metoder. Bergen, Fagbokforlaget.
- Halse, L. L. (2014). Global Value Chains in Shipbuilding: Governance and Knowledge Exchange.
- Halse, L. L. and O. Bjarnar (2014). "Social fields of knowledge flows: A regional cluster in a global context."
- Hervik, A., et al. (2005). Maritime næringer i Norge : Omstillinger til en turbulent global fremtid. Sammendragsrapport. Fafo, Fafo.
- Jacobsen, E. W. (2008). "Næringsklynger - hvordan kan de beskrives og vurderes?" Menon Business Economics.
- Jacobsen, E. W., et al. (2019) Aktivitetsrapport 2019.
- Kaufmann, G. and A. Kaufmann (2010). Psykologi i organisasjon og ledelse. Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS.
- Kenton, W. (2019). "The Jones Act." Retrieved 7. mai, 2020, from <https://www.investopedia.com/terms/j/jonesact.asp>.
- Kvale, S. and S. Brinkmann (2015). Det kvalitative forskningsintervju. Oslo, Gyldendal Akademisk.
- Lervik, J. E., et al. (2010) Regional innovasjonspolitikk i et internasjonalt vakuum?
- Lervik, J. E. and R. P. A. O. Bjarnar (2010). "Regional innovasjonspolitikk i et internasjonalt vakuum?" Plan 42(1): 16-21.
- Mellbye, C. S., et al. (2017). The maritime cluster reinvents itself - will it regain competitiveness and growth? GCE Blue Maritime, Menon Economics.
- Menon (2015) Breaking Waves.
- Meyer, F. (2010). Kapittel 1: Kollektiv identitet - hvordan kan vi tenke oss nasjonale og regionale identiteter? Sørlandsk kultur. Kristiansand, Høyskoleforlaget.
- Nujen, B. B. and L. L. Halse (2018). Kapittel 19: Kunnskapsbygging og backshoring. Det regionale i det internasjonale: 355-377.
- Olerud, K. (2019). "Grønt Skifte." Retrieved 23. mai, 2020, from https://snl.no/gr%C3%B8nt_skifte.
- Porter, M. E. (1998) Cluster and the New Economics of Competition
- Paasi, A. (2003). "Region and Place: Regional Identity in Question." Progress in Human Geography.

Repstad, P. (2007). Mellom nærhet og distanse - kvalitative metoder i samfunnsfag. Oslo, Universitetsforlaget.

Reve, T. and O. Hagesæther (2018) Hva næringsklynge er.

Ringdal, K. (2013). Enhet og mangfold. Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS.

Staber, U. (2010). "Imitation without interaction: How firms identify with clusters."

Staber, U. and B. Sautter (2011). Who are we, and do we need to change? Cluster identity and life cycle, Regional Studies Association.

Ulriksen, K. A. (2019) Identitet.

Underthun, A., et al. (2018). "Nettverksorganisasjoners betydning for kunnskapstilgang og innovasjon." Søkelys på arbeidslivet **35**(3): 203-220.

Vedlegg 1

Intervjuguide

Studien spør hvilke omstillingsprosesser den maritime klyngen står ovenfor nå, og om de påvirker og endrer hvordan aktører i klyngen deler kunnskap og hvordan aktørene identifiserer seg med klyngen som rammeverk når de utformer strategier og beslutninger. Dette er temaer som er sentrale i en den forskningen som gjøres ved Høgskolen i Molde – Vitenskapelig høyskole i logistikk og som har fått regional, nasjonalt og internasjonal oppmerksomhet. Veiledere for masterstudien er professor Ove Bjarnar og professorstipendiat Lise L. Halse, begge ved Høgskolen i Molde.

Jeg ønsker å gjøre noen pilotintervjuer for å kartlegge feltet nærmere. Informasjon og data som kommer frem i dette intervjuet skal kun tjene oppgavens formål, og vil være anonymisert. Respondenter vil få mulighet til å se gjennom de delene av oppgaven hvor data fra intervju er brukt. Deltagelse i dette intervjuet vil være formalisert gjennom en standard samtykkeerklæring som er utformet av NSD.

Informasjonen vil bli lagret i en Nettskjema-diktafon, som er en applikasjon utviklet av Universitetet i Oslo. Denne måten å intervju på er nå etablert som godkjent praksis ved Høgskolen i Molde. Denne applikasjonen vil holde på informasjonen i 90 dager, for deretter å bli slettet. Du kan når som helst trekke deg fra prosessen.

Spørsmålene i pilotintervjuene vil naturlig nok være brede og danne grunnlag for spørsmål og hypoteser for en oppfølgende intervjuundersøkelse. Dette betyr at vi gjerne vil dreie samtalen inn på hvilke endringer dere observerer, eller selv deltar i, i den maritime klyngen nå i etterkant av nedgang i petroleumsrelatert virksomhet i klyngen.

- Hvordan mener du klyngen endrer seg? Hvilke prosjekter arbeider dere med i dag og har de et annet forløp og med andre deltakere/partnere enn før? Har omstillinger krevd innpass i nye markeder og nye produksjons- og produktsegmenter?
- Har dere noen utfordringer i dag, som ikke har vært tema tidligere? Ny typer kunder eller leverandører og eventuelt med en annen geografisk tilknytning?

- Hvordan er samarbeidet med andre aktører i klyngen i dag? Er det ulikt nå og før?
- Hvordan deler dere kunnskap i dag i det maritime miljøet og i mer prosjektrettet arbeid, og har dette endret seg i løpet av de siste årene?
- Identitet og tilhørighet er noe som er viktig i en organisasjon, og kanskje også i den maritime klyngen? På hvilken måte reflekteres en kollektiv klyngeidentitet og tilhørighet i samarbeid i klyngen og mellom lokale og globale aktører? Vil du si det er en egen samarbeidskultur i klyngen, og endres den gjennom omstilling og globalisering?

Vi tror du kan gi oss viktige refleksjoner om slike spørsmål og din deltakelse vil være viktig for masterstudien og for videre forskning ved Høgskolen i Molde.